

## **PIMAK 2009**

### **PLAN DE INNOVACIÓN EN MARKETING INTERNACIONAL**

#### **¿QUÉ ES EL PIMAK?**

Es un **Programa de Innovación en Marketing Internacional**, desarrollado por la Consejería de Economía, Comercio e Innovación de la Junta de Extremadura, con la finalidad de crear en Extremadura las condiciones favorables que ayuden a consolidar un tejido empresarial competitivo e innovador en el Mercado Global en el que nos encontramos.

#### **¿POR QUÉ INCIDE LA INNOVACIÓN EN LA MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS?**

La innovación debe ser uno de los grandes retos para las empresas extremeñas en la actualidad. Aunque tradicionalmente la innovación se ha venido relacionando únicamente con aquellas empresas que están más vinculadas con el ámbito industrial y tecnológico, lo cierto es que en la actualidad el proceso innovador debe llegar a todas las áreas funcionales de la empresa en cualquier sector empresarial.

En el ámbito empresarial, la innovación va más allá de fabricar y lanzar productos avanzados. Innovar es tratar de trabajar de una manera más inteligente, enfrentándose a los problemas desde nuevos ángulos, imaginando fórmulas para hacer mejor las cosas; por eso la innovación está al alcance de cualquier empresa por pequeña que sea.

El crecimiento y el progreso de la empresa dependen directamente de la capacidad para adaptarse con rapidez a los cambios en el entorno, e incluso para provocar en éste modificaciones que le favorezcan. Para desarrollar la actitud innovadora es necesario explorar y explotar las oportunidades que ofrecen los cambios que se producen en el entorno que rodea a la empresa, fruto de la globalización económica en la que se encuentra inmersa.

A través de la innovación empresarial, se obtienen una serie de ventajas competitivas por parte de las empresas, como la ampliación de los mercados, el aumento de la eficacia y la eficiencia empresarial, una mejor formación profesional, etc...

## OBJETIVOS GENERALES

- **Incrementar la profesionalización de las empresas extremeñas.**
- **Ayudar a las empresas a adaptarse a los diferentes mercados internacionales**, mejorando su competitividad, a través del desarrollo de un plan de marketing internacional individualizado por empresa.
- **Formar a las Empresas y a los Técnicos en Comercio Exterior en materia de Marketing Internacional**, para que puedan desarrollar su propia estrategia de diferenciación en el mercado internacional, a través de la innovación.
- **Incorporación en las empresas de herramientas de gestión sobre planificación y marketing.**
- **Mejora de la imagen y la comunicación** de la empresa extremeña.

## VISIÓN GENERAL DEL PROGRAMA

Duración por Empresa (Proyectos):	10-12 meses a lo largo del 2009
Empresas objetivo:	15 (2ª Fase P. Consolidación)
Inicio del proyecto:	Enero 2009

## EMPRESAS OBJETIVO

Las empresas susceptibles de acogerse al Programa deberán reunir todos los **requisitos** que se enumeran a continuación:

- Empresas con domicilio social en Extremadura.
- Empresas productoras cuyo producto final esté envasado (se excluyen productoras de graneles) o empresas cuyo producto final sea un servicio, excluyéndose distribuidoras, representaciones comerciales, etc.
- Empresas que hayan superado con éxito el PIMEX ó Plan de Consolidación (Fase I) y estén preparadas para consolidarse en los mercados exteriores seleccionados a través de este programa de iniciación a la exportación de la empresa extremeña.
- Empresas exportadoras extremeñas con experiencia probada en comercio internacional y que no se hayan consolidado en mercados internacionales.
- Empresas pertenecientes a sectores amenazados por la competencia del mercado internacional.

- Empresas con motivación por la gestión de la innovación y marketing.
- Empresas con una estructura organizativa y cultura empresarial adecuada.
- Compromiso e implicación de la gerencia en el programa a través de la participación en reuniones de seguimiento claves.
- Existencia en la empresa de un técnico de comercio exterior. Pueden darse dos situaciones:
  - a) Que la empresa tenga contratado a un técnico de Comercio Exterior. En el caso de que este técnico no proceda del programa Pimex, la empresa deberá enviar un CV que justifique la cualificación de la persona que desarrollará las funciones de técnico en comercio exterior.
  - b) Que la empresa aún no disponga de un técnico de comercio exterior. En este caso Fomento Mercados ayudará a la empresa en la búsqueda y selección del mismo. El periodo mínimo de contratación será el correspondiente a la duración del plan de consolidación en cada empresa (10 meses).
- Presentar un plan de actuaciones para el año: descripción de las actuaciones a realizar, periodo de ejecución estimado y presupuesto.
- Presentar tablas descriptivas sobre experiencia y situación de los mercados a consolidar
- Presentar la última versión del plan de marketing elaborado dentro de alguno de los planes.
- Compromiso de la empresa para asistir a la formación inicial definida en el programa.

## ACTUACIONES INCLUIDAS EN EL PROGRAMA

Las empresas seleccionadas para desarrollar el PIMAK, podrán beneficiarse de las siguientes actuaciones:

- **Formación inicial y continua** sobre gestión de la innovación en marketing internacional, comunicación, planificación y vigilancia estratégica.

Desarrollar una mentalidad y cultura de planificación dentro de las empresas es un paso necesario que toda Pyme debe abordar para conseguir una gestión menos basada en las improvisaciones y que le permita adaptarse a las exigencias de los mercados. Estas herramientas ayudarán a muchas Pymes extremeñas a corregir carencias de gestión empresarial.

- Elaboración de un **Plan Estratégico de Marketing Internacional**.
- Elaboración de un **Plan de Comunicación** o revisión del ya elaborado.
- **Asesoramiento** (asistencia técnica). Será llevada a cabo tanto por los asesores de Fomento de Mercados, como por parte de Especialistas en Marketing Internacional que coordinarán y supervisarán todas las acciones:
  - a. Asesoramiento sobre plan de actuaciones a incorporar en cada empresa en materia de Marketing internacional.
  - b. Seguimiento del programa a través de reuniones y visitas individualizadas con la empresa.
  - c. Apoyo técnico en la elaboración de un plan estratégico de marketing y de comunicación relacionado con acciones innovadoras en cada una de las empresas.
  - d. Apoyo técnico y orientaciones para conocer las oportunidades que ofrecen los programas públicos (regionales, nacionales y europeos), sobre innovación en sentido global y sobre marketing en particular.
  - e. Resolución de consultas relacionadas con la operativa de innovación en marketing internacional.
- **Asesoramiento a Gerencia** en cualquiera de las áreas de la empresa que puedan incidir en la competitividad y gestión de la misma.
- **Asistencia a eventos (Ferias y/o Congresos)** como actividad de prospección con objeto de recabar información sobre las tendencias innovadoras del mercado y como punto de encuentro con especialistas extranjeros que puedan ayudar a la puesta en marcha del plan marketing en función de un mercado internacional concreto.

- **Apoyo económico de la Consejería de Economía, Comercio e Innovación** en acciones contempladas en el Plan de Acción elaborado por empresa para el desarrollo del PIMAK, previa aprobación de Fomento de Mercados.

## DESARROLLO DEL PROGRAMA

Para el desarrollo del Programa, la empresa deberá disponer de un **técnico cualificado que se implicará en la gestión y puesta en marcha del PIMAK** en su empresa durante todo el desarrollo del programa. De forma añadida, un **asesor especializado asignado a la empresa** realizará un plan de seguimiento previamente acordado donde irá supervisando cada plan de acción.

El PIMAK tiene una duración aproximada de 12 meses y está dividido en varias fases:

### **1.- Diagnóstico y Análisis de la situación de la empresa en materia de Marketing (1 mes).**

El objetivo de esta fase es ayudar a realizar un análisis de situación de cada empresa, su estructura organizativa y su posición competitiva en el mercado.

**2.- Formación de los técnicos** designados por las empresas que van a desarrollar el Programa en la empresa **(1 mes)**.

***La asistencia al programa de formación será obligatoria para garantizar la efectividad del PIMAK.***

### MÓDULOS GENERALES:

Innovación Empresarial: qué impulsa la innovación; en qué se debe innovar, relación entre gestión de innovación y marketing, etc...

Planificación y gestión en marketing Internacional: Planificar es decidir hoy lo que se hará mañana, evitando en lo posible las improvisaciones y optimizando la gestión global de la empresa. Materias: conceptos, metodología y gestión general de marketing.

### Marketing Mix Internacional:

*Producto*: Selección de productos. Estudio sobre la adaptación del producto y/o servicios al mercado internacional (formas de uso y aplicación del producto, envases y embalajes, identidad corporativa, generación de marcas, etc).

*Precio*: Estudio de Costes y formación del Precio de Exportación adecuado para ser competitivos conforme a nuestro producto y/o servicio.

*Promoción:* Elementos de comunicación comercial, merchandising, optimización de los medios de comunicación regionales, nacionales e internacionales, etc..

Metodología Elaboración de un Plan de Comunicación.

*Distribución:* Mejora de la comercialización de bienes y servicios, técnicas de venta innovadoras, selección del canal adecuado, optimización de recursos logísticos, control de la cadena de valor en el canal de distribución (manipulación y almacenaje del producto, conservación, márgenes aplicados...), servicio post-venta, etc..

### Metodología Elaboración de un Plan de Comunicación

Vigilancia Estratégica: La vigilancia es un proceso organizado, selectivo y permanente de captura de información del exterior, que una vez analizada la convierte en conocimiento para tomar decisiones estratégicas y anticiparse a los cambios (gestión de la vigilancia sobre: proveedores, clientes, tecnología, competidores, legislación, normativas y subvenciones, etc...).

Seminarios formativos: se realizarán a lo largo del desarrollo del PIMAK, a modo de formación complementaria y continuada a la recibida inicialmente. Se podrán llevar a cabo no sólo a través de la impartición de seminarios por parte de especialistas en Fomento de Mercados, sino también por la asistencia de los técnicos de las empresas a foros y eventos (ferias, jornadas, congresos, etc) dentro y fuera de Extremadura.

**3.- Elaboración de una Propuesta de Acciones** por parte de la empresa, en materia de Innovación en Marketing Internacional, el cuál será presentado a los asesores de Fomento de Mercados **(2 semanas)**.

**4.- Evaluación de la Propuesta** entre la empresa y Fomento Mercados para conocer el marco de actuación, así como apoyo técnico y económico que Fomento de Mercados puede aportar **(2 semanas)**.

**5.- Desarrollo y seguimiento del Plan de Acción. (8 meses).**

**6.- Evaluación del Programa PIMAK y fin del proyecto (1 mes).**