



## **PROTOTYPING EXPORT - AAA**

### **“Sistema Innovador de Internacionalización de las Pymes Artesanas Agroalimentarias de la Euroregión”**

(Ficha resumen)

#### **1. OBJETIVO**

*Prototyping Export - AAA* pretende desarrollar un nuevo **Sistema de Apoyo para la Internacionalización de las Pymes Artesanas Agroalimentarias de la Euroregion** que ayude a estas pymes y micropymes a transitar desde su situación actual hasta la configuración de una competitividad global.

#### **2. PRINCIPALES ACTORES DEL PROYECTO**

- Entidades beneficiarias del proyecto: Fundación ANDANATURA para el desarrollo socioeconómico sostenible <https://andanatura.org/>, LANDALUZ, Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía <https://landaluz.es/>, NERE, Nucleo Empresarial da Regiao de Evora <http://www.nere.pt/>, ADRAL, Agencia de Desenvolvimento Regional do Alentejo <https://www.adral.pt/>, NERA, Associação Empresarial Regiao do Algarve <https://www.nera.pt/>, TERTULIA <https://www.tertulia-algarvia.pt/>
- Empresas productoras: empresas productoras de cada una de las 3 regiones (Andalucía., Algarve y Alentejo). Total de empresas 105. El catálogo estará compuesto de productos de todas las empresas.
- Representantes comerciales: 1 representante comercial para cada una de las áreas geográficas. Total de representantes en áreas geográficas: 15.
- Entidad intermediaria: 1 entidad intermediaria para la coordinación integral de los actores del proyecto.

#### **3. FUNCIONES DE CADA ACTOR**

- Entidades beneficiarias del proyecto: ejecución y desarrollo del proyecto. Las entidades beneficiarias en general y en particular la entidad beneficiaria principal, la fundación ANDANATURA, serán los únicos interlocutores válidos.
- Empresas productoras: las empresas que conformen el catálogo se comprometen a facilitar la información técnica y comercial necesaria para que los representantes comerciales puedan ejercer su labor. Esto es precio de productos, fichas técnicas y logísticas, etc. Asimismo, los productores se comprometen a aportar al inicio de la fase piloto muestras sin valor comercial para las labores de prospección comercial en destino por parte de los representantes.



- Representantes comerciales: tendrán por objetivo la representación efectiva del catálogo oficial del proyecto, ejerciendo una labor comercial proactiva de presentación de productos a través de visitas y llamadas telefónicas a clientes, así como la generación de ventas en su área de influencia geográfica. Más concretamente las funciones y tareas del representante serían:
  - **Prospección comercial:** llamadas telefónicas y visitas a clientes. Preparación y lanzamiento de ofertas, explicación de productos y sistema de internacionalización. El /la representante funcionará como interlocutor único y válido entre la entidad intermediaria y los clientes.
  - **Acciones comerciales:** negociación de precios y condiciones (incoterm, plazo y medios de pago, etc.). Recepción de pedidos y comunicación de los mismos a la entidad intermediaria, firma de contratos compraventa, seguimiento de las entregas en destino, etc.
  - **Acciones promocionales:** negociación de acciones promocionales para aumentar la visibilidad de marca, el conocimiento del producto por parte del consumidor, así como la rotación en los puntos de venta. El/la representante contará con el apoyo de la entidad intermediaria para la generación de ideas sobre acciones promocionales a desarrollar, así como para la implantación y desarrollo de éstas.
  - **Seguimiento:** seguimiento de las cuentas generadas a nivel de ventas y promoción.
- Entidad intermediaria: estará a cargo de la coordinación comercial, logística y promocional derivada de la acción directa de los representantes comerciales en cada uno de los destinos:
  - **Gestión comercial y técnica:** ofrecerá a los comerciales en destino toda la información técnica y comercial sobre los productos del catálogo oficial. La entidad intermediaria funcionará como interlocutora única y válida entre los productores y los representantes comerciales en destino.
  - **Gestión logística:** recibirá los pedidos generados por los representantes comerciales y los comunicará a los proveedores implicados. Igualmente se encargará de la coordinación logística, así como la consolidación/ grupaje de los productos para su envío agrupado a destino.
  - **Gestión de compra/venta:** funcionará como central de compra de los productos conformantes de los pedidos para su posterior venta al cliente final en una factura única. Los clientes por tanto tendrán a efectos prácticos un solo productor con independencia de las empresas participantes en cada uno de los pedidos.

#### 4. MODELO LOGÍSTICO SISTEMA DE INTERNACIONALIZACIÓN

El sistema logístico de internacionalización a poner en marcha en el proyecto implica a todos los actores señalados en el punto anterior más el operador logístico.

- Operativa de facturación: toda la facturación se concentra en la entidad intermediaria:



- Facturación al cliente final por parte de la entidad intermediaria.\* Una única factura al cliente final con independencia del número de proveedores. La entidad intermediaria compra la mercancía de los productores y la vende al cliente final en una factura única con dos líneas separadas: mercancía y logística/transporte a destino.
- El representante a su vez factura a la entidad intermediaria su comisión de venta.
- El operador logístico también factura a la entidad intermediaria su servicio logístico y de transporte a destino.
- Operativa de cobro: la entidad intermediaria recibe el cobro del cliente final y procede a la liberación de los pagos a productores, operador logístico y representantes
- Operativa logística: consolidación de productos conformantes del pedido en un punto de España y/o Portugal (almacén del operador logístico) para su posterior envío agrupado.
- Coste de los envíos: El coste logístico es asumido por la entidad intermediaria en primer lugar y repercutido en factura de venta al cliente final en una línea al margen de la mercancía.

\*Los productos que contengan alcohol serán facturados por el productor directamente al cliente final, aunque formen parte de la consolidación logística.

## 5. REMUNERACIÓN REPRESENTANTES

La remuneración de los representantes comerciales queda estipulada como sigue:

- **Componente fijo**: el /la representante comercial tendrá una asignación fija de 3.000 euros (Iva incluido si fuera el caso) como remuneración por su labor comercial para el período establecido una vez iniciada la contratación de los representantes. Esta asignación será fraccionada atendiendo a los condicionantes que se especifican a continuación:

Nº PAGO	FECHA	IMPORTE	CONDICIONANTE
<b>Primer Pago</b>	Inicio de los trabajos comerciales.	2.000 euros	Presentación de informes de ejecución
<b>Segundo Pago</b>	Tras la generación de venta/s por importe de 1.000 euros	1.000 euros	Toda vez generada/s venta/s en su área de influencia geográfica por importe de 1.000 euros.

Los informes de ejecución consistirán en la cumplimentación de las fichas tipo adjuntas, atendiendo a los siguientes condicionantes:

- Ficha tipo "Seguimiento de cuentas" ( Anexo 4): los representantes deberán rellenar la ficha sobre las visitas realizadas en terreno. Cada representante deberá incluir un mínimo de 15 clientes prospectos, con al menos 4 clientes para cada uno de los siguientes canales: Horeca y canal especializado (gourmet, bio, etc)



**Interreg**  
España - Portugal  
Fondo Europeo de Desarrollo Regional



**prototyping**  
**export**

- Ficha tipo “Resumen” ( Anexo 5): los representantes deberán aportar este informe al final del proyecto sobre las posibilidades de cada una de las categorías de producto en su área geográfica de influencia.

Si bien el pago del componente fijo se realiza al inicio del proyecto, una devolución del ímpote íntegro podrá ser requerida en caso de no presentación de los informes en los términos estipulados.

- **Componente variable:** tal y como recoge el sistema logístico, cada representante comercial, con los precios facilitados por la entidad intermediaria, deberá negociar con sus clientes prospectos el precio final de venta de cada producto. La diferencia entre el precio facilitado por la entidad intermediaria y el precio acordado por el/la representante comercial con el cliente final (precio de venta) conforma el componente variable de la remuneración. Los representantes comerciales podrán imputar a los productos los márgenes que consideren oportunos y así ofertar a sus clientes prospectos el precio final al que la entidad intermedia deberá facturar en caso de pedido. La diferencia entre el precio comunicado por la entidad intermediaria y/o beneficiaria, y el precio final de venta constituirá el componente variable de la remuneración del representante comercial.