

Załącznik nr 1 do Kryteriów wyboru projektu grantobiorcy - **Definicje wskaźników produktu i rezultatu** w ramach projektu „FUNDUSZ EKSPORTOWY – granty dla MŚP z województwa kujawsko-pomorskiego” współfinansowanego z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2014-2020:

Lp.	Nazwa wskaźnika	Jednostka miary	Definicja
Wskaźnik rezultatu bezpośredniego			
1.	Liczba przedsiębiorstw, które weszły na nowe zagraniczne rynki	szt.	Liczba przedsiębiorstw, które w wyniku udzielonego wsparcia w zakresie umiędzynarodowienia działalności lub poprawy dostępu do rynków zagranicznych rozpoczęły sprzedaż swoich produktów/ usług na nowych zagranicznych rynkach (na których do tej pory nie prowadziły sprzedaży). Wskaźnik obowiązkowy dla eksporterów. Wartość docelowa dla eksporterów wynosi 1.
2.	Liczba zagranicznych kontraktów handlowych zawartych w wyniku realizacji projektu	szt.	Liczba kontraktów handlowych podpisanych przez przedsiębiorstwa z partnerami z zagranicy w wyniku udzielonego wsparcia w zakresie umiędzynarodowienia działalności lub poprawy dostępu do rynków zagranicznych. Za podpisanie zagranicznego kontraktu handlowego uznaje się również dokonaną sprzedaż kontrahentowi zagranicznemu, udokumentowaną fakturą sprzedaży lub innym dokumentem księgowym. Kontrakt handlowy/udokumentowana sprzedaż są liczone dla niepowtarzalnego kontrahenta. Za nowy kontrakt handlowy/udokumentowaną sprzedaż <u>nie uznaje się</u> kontraktu/udokumentowanej sprzedaży, z przedsiębiorstwami powiązanymi w rozumieniu artykułu 3 Załącznika I do rozporządzenia KE nr 651/2014. Wskaźnik obowiązkowy dla eksporterów. Wartość docelowa dla eksporterów wynosi co najmniej 1.
3.	Liczba nowych rynków zagranicznych	szt.	Liczba nowych rynków zagranicznych, na których Wnioskodawca podejmie działania, polegające na ekspansji międzynarodowej w postaci wejścia z ofertą produktową na rynek zagraniczny, na którym przedsiębiorca dotychczas nie był obecny. Wskaźnik obowiązkowy dla eksporterów. Wartość docelowa dla eksporterów wynosi co najmniej 1. Wskaźnik nie dotyczy startujących eksporterów.
4.	w tym: Liczba nowych rynków spoza Unii Europejskiej	szt.	Liczba nowych rynków zagranicznych spoza Unii Europejskiej, na których Wnioskodawca podejmie działania, polegające na ekspansji międzynarodowej w postaci wejścia z ofertą produktową na rynek zagraniczny spoza UE, na którym przedsiębiorca dotychczas nie był obecny.
5.	Liczba nowych produktów będących przedmiotem ekspansji międzynarodowej	szt.	Liczba nowych produktów, tj. produktów, które nie były dotychczas przedmiotem ekspansji międzynarodowej danego przedsiębiorstwa. Wskaźnik nie dotyczy startujących eksporterów.
6.	Liczba przedsiębiorstw,	szt.	Liczba przedsiębiorstw*, które w związku z realizacją projektu wprowadziły zmiany procesowe, związane ze sposobem produkcji

	które wprowadziły zmiany procesowe		i świadczenia usług, obsługi klientów i kontaktów z kontrahentami itp.
7.	Liczba przedsiębiorstw, które wprowadziły zmiany organizacyjne	szt.	Liczba przedsiębiorstw*, które w związku z realizacją projektu wprowadziły zmiany w ramach swojej organizacji, polegające na wprowadzaniu zmian w strukturze organizacyjnej (schemacie organizacyjnym, np. poprzez dodanie lub rozszerzenie zakresu działalności przedsiębiorstwa).
8.	Liczba zaprojektowanych kampanii marketingowych i reklamowych	szt.	Liczba kampanii reklamowych czyli zaprojektowanych, skoordynowanych i zorganizowanych działań reklamowych, wykorzystujących jeden lub szereg różnych, powiązanych ze sobą środków przekazu, które występują w określonej kolejności i w odpowiednio ustalonych terminach. Działania te służą osiągnięciu ściśle określonych celów. Najbardziej ogólnym celem kampanii reklamowej jest wywarcie wpływu na decyzje i zachowania konsumentów na rynku.
9.	Liczba zaprojektowanych regulaminów usług, gwarancji produktowych lub innych dokumentów niezbędnych dla wprowadzenia produktu na nowy rynek	szt.	Liczba produktów, dla których zaprojektowane zostały regulaminy/gwarancje produktowe lub inne dokumenty konieczne do wprowadzenia towaru na nowy rynek.
10.	Liczba zaprojektowanych dokumentów wspierających proces negocjacji oraz zawierania kontraktów	szt.	Liczba rynków, dla których zaprojektowane zostaną dokumenty wspierające proces negocjacji oraz zawierania kontraktów.
11.	Liczba zaprojektowanych dokumentów wspierających uzyskanie niezbędnych zezwoleń, pozwoleń na wprowadzenie towarów lub usług na wybrane rynki docelowe	szt.	Liczba produktów/usług, dla których zaprojektowane zostaną dokumenty wspierające uzyskanie niezbędnych zezwoleń do wprowadzenia ich na rynek docelowy.
12.	Liczba produktów i procesów zaadaptowanych do eksportu poprzez certyfikację w zakresie norm technicznych, jakości oraz zgodności	szt.	Produkt będący przedmiotem eksportu musi posiadać przewagę konkurencyjną względem produktów z tej samej branży występujących na rynku międzynarodowym. Produkt będący przedmiotem eksportu musi spełniać normy i wymagania dla rynku międzynarodowego, na który Wnioskodawca będzie go eksportował.
13.	Liczba opracowanych projektów dostosowujących wzornictwo, usługi	szt.	Liczba produktów, dla których zaprojektowane zostanie wzornictwo/usługi/opakowania

	oraz opakowania do wymagań zagranicznych rynków		
Wskaźnik produktu			
1.	Liczba przedsiębiorstw otrzymujących wsparcie	szt.	Liczba przedsiębiorstw* otrzymujących wsparcie w dowolnej formie z funduszy strukturalnych.
2.	Liczba przedsiębiorstw otrzymujących dotacje	szt.	Liczba przedsiębiorstw* otrzymujących wsparcie w postaci bezzwrotnego bezpośredniego wsparcia finansowego, a osiągnięcie wskaźnika uwarunkowane jest zakończeniem projektu (dotacja).
3.	Liczba przedsiębiorstw wspartych w zakresie internacjonalizacji działalności	szt.	Liczba przedsiębiorstw*, które w ramach realizowanego projektu uzyskały wsparcie w zakresie umiędzynarodowienia działalności przedsiębiorstwa lub poprawy dostępu do rynków zagranicznych.
4.	Liczba przedsiębiorstw wspartych w zakresie doradztwa specjalistycznego	szt.	Liczba przedsiębiorstw*, które w ramach realizowanego projektu uzyskały wsparcie w zakresie doradztwa specjalistycznego, dotyczącego np. opracowania strategii rozwoju firmy, projektowania kampanii marketingowych i reklamowych, wsparcia prawnego procesu negocjacji i zawierania kontraktów, adaptacji produktów i procesów do eksportu poprzez certyfikację, dostosowania wzornictwa i opakowań do wymagań zagranicznych rynków. Doradztwo specjalistyczne nie obejmuje doradztwa stałego związanego z codzienną działalnością operacyjną przedsiębiorstwa (np. usług prawnych, doradztwa podatkowego).
5.	Inwestycje prywatne uzupełniające wsparcie publiczne dla przedsiębiorstw	zł	Łączna wartość wkładu prywatnego w realizowany projekt, który uzyskał pomoc państwa w formie bezzwrotnej dotacji, wliczając również wydatki niekwalifikowalne w ramach projektu
6.	Liczba zagranicznych targów międzynarodowych, w których przedsiębiorstwo wzięło udział w charakterze zwiedzającego	szt.	Liczba zagranicznych wydarzeń, w których udział wzięło przedsiębiorstwo* w charakterze zwiedzającego. Wskaźnik dostępny wyłącznie dla startującego eksportera.
7.	Liczba zagranicznych targów i wystaw międzynarodowych, w których przedsiębiorstwo wzięło udział w charakterze wystawcy	szt.	Liczba zagranicznych wydarzeń, w których udział wzięło przedsiębiorstwo* w charakterze wystawcy.
8.	Liczba wyjazdowych wizyt studyjnych związanych z zagranicznymi targami i wystawami międzynarodowymi	szt.	Liczba wyjazdowych wizyt studyjnych zorganizowanych przez przedsiębiorcę. Wizyty studyjne muszą mieć związek z międzynarodowymi targami i wystawami, w których przedsiębiorca wzięło udział.

9.	Liczba przyjazdowych wizyt studyjnych związanych z zagranicznymi targami i wystawami międzynarodowymi	szt.	Liczba przyjazdowych wizyt studyjnych zorganizowanych przez przedsiębiorcę. Wizyty studyjne muszą mieć związek z międzynarodowymi targami i wystawami, w których przedsiębiorca wziął udział.
10.	Liczba krajowych targów międzynarodowy, w których przedsiębiorstwo wzięło udział w charakterze wystawcy	szt.	Liczba krajowych targów międzynarodowych, w których przedsiębiorstwo wzięło udział w charakterze wystawcy.
11.	Liczba wyprodukowanych obcojęzycznych materiałów informacyjno-promocyjnych	szt.	Liczba wyprodukowanych materiałów informacyjno-reklamowych, (np. ulotki, foldery, gadżety reklamowe, ogłoszenia prasowe, spoty/filmy reklamowe, reklamy na portalach społecznościowych/ w mediach elektronicznych, linki sponsorowane, reklamy na billboardach/witrynach) wykorzystanych podczas imprez targowych, w których przedsiębiorca weźmie udział jako wystawca, bądź zwiedzający. Należy podać liczbę rodzajów wyprodukowanych materiałów, nie nakład konkretnego materiału promocyjno-informacyjnego.
12.	Liczba usług doradczych w zakresie projektowania kampanii marketingowych i reklamowych	szt.	Liczba usług doradczych dotyczących zaprojektowania kampanii marketingowych i reklamowych. Należy wziąć pod uwagę usługi doradcze dotyczące zaprojektowania kampanii marketingowych związanych z wprowadzeniem produktów na nowe rynki lub wprowadzeniem na dotychczasowe rynki nowych produktów.
13.	Liczba usług doradczych w zakresie wsparcia prawnego procesu negocjacji i zawierania kontraktów	szt.	Należy wskazać liczbę usług doradczych dotyczących pomocy prawnej w procesie negocjacji i zawierania kontraktów. Usługi doradcze w tym zakresie obejmują usługi prawne związane z tworzeniem regulaminów usług, gwarancji produktowych i innych dokumentów niezbędnych dla wprowadzenia produktu na nowy rynek; usługi dotyczące wsparcia prawnego procesu negocjacji oraz zawierania kontraktów, pod warunkiem, że doradztwo nie jest związane z bezpośrednim uczestnictwem firmy doradczej (doradcy) w negocjacjach, a także usługi prawne związane z uzyskaniem niezbędnych zezwoleń, pozwoleń na wprowadzenie towarów lub usług na wybrane rynki docelowe.
14.	Liczba usług doradczych w zakresie adaptacji produktów i procesów do eksportu poprzez certyfikację produktów i procesów w zakresie norm technicznych, jakości oraz zgodności	szt.	Liczba usług doradczych dotyczących procesu przystosowania produktu do eksportu. Przez certyfikację produktów należy rozumieć ściśle określone postępowanie, w którym strona trzecia (organizacja), przyznaje pisemne zaświadczenie w formie certyfikatu o tym, że produkt (usługa), proces lub osoba spełnia określone wymagania. Certyfikacja jest częścią procesu oceny zgodności. Certyfikat/y powinny być wydane przez niezależne jednostki certyfikujące, np. PCC-CERT, BSI, BPIC, SGS, DNV, DQS, TÜV, DEKRA, i wiele innych, wyznaczające standardy kontroli w zakresie zastrzeżonym przez daną jednostkę.
15.	Liczba usług doradczych w zakresie dostosowania wzornictwa, usług oraz opakowań do wymagań zagranicznych rynków	szt.	Liczba usług doradczych dotyczących dostosowania wzornictwa oraz opakowań produktu do wymagań na rynku zagranicznym. Należy uwzględnić usługi przygotowania produktu do potrzeb rynku docelowego (w tym badanie marketingowe na rynku docelowym), a także usługi projektowania wzornictwa produktu lub opakowania, w celu dostosowania do potrzeb rynku docelowego.

*Przedsiębiorstwo: w rozumieniu art. 1 zał. 1 Rozporządzenia Komisji Europejskiej nr 651/2014 z dnia 17 czerwca 2014 roku uznającego niektóre rodzaje pomocy za zgodne z rynkiem wewnętrznym z zastosowaniem art.107 i 108 Traktatu.