

Załącznik nr 7 do Regulaminu wyboru projektów

LISTA WSKAŹNIKÓW PRODUKTU I REZULTATU**PROGRAM REGIONALNY FUNDUSZE EUROPEJSKIE DLA PODKARPACIA 2021-2027****PRIORYTET FEPK.01 Konkurencyjna i Cyfrowa Gospodarka****DZIAŁANIE FEPK.01.03 Wsparcie MŚP - Dotacja****TYP PROJEKTU Internacjonalizacja MŚP****Nabór nr FEPK.01.03-IZ.00-004/24**

Każdy wnioskodawca powinien niezależnie od typu projektu (zakresu rzeczowego) wybrać wskaźniki określone jako „obligatoryjne”. Ponadto spośród wskaźników określonych jako „fakultatywne” należy wybrać te, które są adekwatne do zakresu rzeczowego projektu.

1. Wskaźniki produktu

| L.p. | Nazwa wskaźnika | Jednostka miary | Charakter | Definicja |
|-------------|--|------------------------|------------------|---|
| 1. | RCO002 - Przedsiębiorstwa objęte wsparciem w formie dotacji | Szt. | Obligatoryjny | Wskaźnik przedstawia liczbę przedsiębiorstw potencjalnie otrzymujących wsparcie finansowe w formie dotacji. Należy wybrać wskaźnik oraz przypisać mu wartość „1” |

| L.p. | Nazwa wskaźnika | Jednostka miary | Charakter | Definicja |
|------|--|-----------------|---------------|---|
| 2. | PLRO001 - Liczba wspartych mikroprzedsiębiorstw | Szt. | Obligatoryjny | <p>W zależności od statusu (wielkości) przedsiębiorstwa należy wybrać jeden z trzech wskazanych wskaźników i przypisać mu wartość „1”</p> <p>Mikroprzedsiębiorstwo to przedsiębiorstwo zatrudniające mniej niż 10 osób oraz którego roczny obrót lub/i roczny bilans nie przekracza 2 mln EUR.</p> <p>Małe przedsiębiorstwo to przedsiębiorstwo zatrudniające mniej niż 50 osób oraz którego roczny obrót lub/i roczny bilans nie przekracza 10 mln EUR</p> <p>Średnie przedsiębiorstwo to przedsiębiorstwo zatrudniające od 50 do 249 osób oraz którego roczny obrót wynosi nie przekracza 50 mln EUR lub/i roczny bilans nie przekracza 43 mln EUR.</p> |
| 3. | PLRO002 - Liczba wspartych małych przedsiębiorstw | | | |
| 4. | PLRO003 - Liczba wspartych średnich przedsiębiorstw | | | |
| 5. | PLRO162 - Liczba przedsiębiorstw wspartych w zakresie internacjonalizacji działalności | Szt. | Obligatoryjny | <p>Wskaźnik dotyczy liczby przedsiębiorstw, które uzyskały wsparcie mające na celu umiędzynarodowienie działalności przedsiębiorstwa lub poprawę dostępu do rynków zagranicznych.</p> <p>Należy wybrać wskaźnik i przypisać mu wartość „1”</p> <p>Wskaźnik dotyczy przedsiębiorstw niezależnie od wielkości (mikro, małe, średnie i duże)</p> |
| 6. | PLRO164 - Liczba imprez targowo-wystawienniczych, w | Szt. | Fakultatywny | <p>Liczony jest udział w zagranicznych imprezach targowo-wystawienniczych w charakterze wystawcy oraz udział w międzynarodowych imprezach targowo-wystawienniczych odbywających się na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej w charakterze wystawcy.</p> |

| | | | | |
|--|---|--|--|--|
| | których beneficjent brał udział jako wystawca | | | |
|--|---|--|--|--|

2. Wskaźniki rezultatu

| L.p. | Nazwa wskaźnika | Jednostka miary | Charakter | Definicja |
|------|--|-----------------|---------------|--|
| 1. | PLRR002 - Wartość inwestycji prywatnych uzupełniających wsparcie publiczne - dotacje | PLN | Obligatoryjny | Wskaźnik mierzy całkowity wkład prywatny współfinansujący wspierane projekty, w przypadku których formą wsparcia jest dotacja. Wskaźnik obejmuje również niekwalifikowalną część kosztów projektu, w tym podatek VAT. W związku z powyższym wartością wskaźnika jest różnica pomiędzy wartością całkowitą projektu, a wnioskowanym dofinansowaniem. |
| 2. | PLRR029 - Liczba wprowadzonych innowacji procesowych | Szt. | Fakultatywny | Liczba innowacji procesowych, wprowadzonych w przedsiębiorstwie w wyniku realizacji projektu. Innowacja procesowa to wdrożenie nowego lub znacząco ulepszanego procesu produkcyjnego, metody dystrybucji lub działalności wspierającej. |
| 3. | PLRR028 - Liczba wprowadzonych innowacji produktowych | Szt. | Fakultatywny | Liczba innowacji produktowych, wprowadzonych w przedsiębiorstwie w wyniku realizacji projektu. Innowacja produktowa to produkt lub usługa, które są nowe lub znacząco ulepszone w zakresie swoich cech lub zastosowań (np. specyfikacja techniczna, komponenty, materiały, trwałość lub inne cechy funkcjonalne). |
| 4. | PLRR030 - Liczba wprowadzonych innowacji marketingowych | Szt. | Fakultatywny | Liczba innowacji marketingowych, wprowadzonych w przedsiębiorstwie w wyniku realizacji projektu. Innowacja marketingowa to wdrożenie nowej koncepcji lub strategii marketingowej, która znacznie różni się od istniejących metod marketingowych. |

| | | | | |
|-----|--|------|--------------|---|
| 6. | PLRR025 - Małe i średnie przedsiębiorstwa (MŚP) wprowadzające innowacje procesowe | Szt. | Fakultatywny | Liczba przedsiębiorstw MŚP wprowadzających innowacje procesowe w przedsiębiorstwie w wyniku realizacji projektu. Innowacja procesowa to wdrożenie nowego lub znacząco ulepszanego procesu produkcyjnego, metody dystrybucji lub działalności wspierającej. |
| 7. | PLRR024 - Małe i średnie przedsiębiorstwa (MŚP) wprowadzające innowacje produktowe | Szt. | Fakultatywny | Liczba przedsiębiorstw MŚP wprowadzających innowacje produktowe w przedsiębiorstwie w wyniku realizacji projektu. Innowacja produktowa to produkt lub usługa, które są nowe lub znacząco ulepszone w zakresie swoich cech lub zastosowań (np. specyfikacja techniczna, komponenty, materiały, trwałość lub inne cechy funkcjonalne). |
| 8. | PLRR026 – MŚP wprowadzające innowacje marketingowe | Szt. | Fakultatywny | Liczba MŚP wprowadzających innowacje marketingowe dzięki udzielonemu wsparciu. Wskaźnik obejmuje również mikroprzedsiębiorstwa. Innowacja marketingowa to wdrożenie nowej koncepcji lub strategii marketingowej, która różni się istotnie od dotychczasowych metod marketingowych przedsiębiorstwa i która nie była wcześniej stosowana. Wymaga ona znaczących zmian w projekcie lub opakowaniu produktu, lokowaniu produktu, promocji produktu lub cenie. Wskaźnik nie obejmuje sezonowych, regularnych lub innych rutynowych zmian w metodach marketingowych. |
| 10. | PLRR080 – Liczba kontaktów biznesowych | Szt. | Fakultatywny | W ramach wskaźnika mierzona będzie Liczba kontaktów biznesowych nawiązanych w wyniku realizacji dofinansowanego projektu. Dowodami potwierdzającymi realizację wskaźnika będą, np.: prowadzona wymiana informacji handlowych pomiędzy potencjalnymi partnerami gospodarczymi, podpisane listy intencyjne zawierające wstępną deklarację zamierzeń potencjalnych partnerów gospodarczych, udokumentowane spotkania (raport ze spotkania wraz z agendą spotkania oraz listą obecności uczestników spotkania wraz z poczynionymi ustaleniami), listy kontaktów, itp., stanowiące efekt udziału, np. w imprezie targowo-wystawienniczej, czy misji gospodarczej. Dowodami potwierdzającymi realizację wskaźnika nie mogą być wizytówki. |

| | | | | |
|-----|--|------|---------------|---|
| 11. | PLRR081 – Liczba kontraktów handlowych zagranicznych podpisanych przez przedsiębiorstwa wsparte w zakresie internacjonalizacji | Szt. | Obligatoryjny | <p>Definicja wskaźnika Liczba kontraktów handlowych (umowy kupna-sprzedaży) podpisanych przez przedsiębiorstwa z partnerami z zagranicy w wyniku udzielonego wsparcia w zakresie umiędzynarodowienia działalności lub poprawy dostępu do rynków zagranicznych. Dodatkowo, możliwe jest uznawanie zamówień wraz z fakturami, jako potwierdzenia zawarcia kontraktów handlowych - w przypadku, gdy w branży Beneficjenta nie są zawierane umowy kupna-sprzedaży, a także zliczanie poszczególnych zamówień/zleceń zawieranych przez przedstawiciela na podstawie umowy ramowej/przedstawicielstwa z klientami z danego rynku, o ile charakterystyka tego rynku uzasadnia takie podejście.</p> <p>Jeżeli Beneficjent w ramach jednego kontraktu handlowego (umowy kupna-sprzedaży) spodziewa się wielu faktur to do wskaźnika wliczany jest tylko jeden kontrakt handlowy (umowy kupna-sprzedaży).</p> <p>Zastosowanie zaproponowanych powyżej rozwiązań dodatkowych wymaga każdorazowo uzasadnienia przez Beneficjenta. Wartość musi wynosić minimum 1.</p> |
| 12. | PLRR100 - Liczba przedsiębiorstw, które weszły na nowe zagraniczne rynki | Szt. | Obligatoryjny | <p>Wskaźnik odnosi się do liczby przedsiębiorstw, które weszły na nowe zagraniczne rynki poprzez sprzedaż towarów lub usług.</p> <p>Przez nowy zagraniczny rynek należy rozumieć sprzedaż towarów lub świadczenie usług na rynku w kraju poza granicami RP, z którym do czasu realizacji projektu nie była prowadzona wymiana handlowa lub kraje, do których przedsiębiorca dokonywał już eksportu produktu/usługi w danej branży (sektorze), a opracowanie i wdrożenie nowego modelu biznesowego miało na celu wejście na rynki innej branży (sektora).</p> <p>Jeżeli przedsiębiorstwo rozpoczęło sprzedaż produktów/usług w więcej niż jednym nowym kraju/sektorze, liczone jest tylko raz.</p> <p>Wskaźnik musi zostać osiągnięty najpóźniej na moment złożenia wniosku o płatność końcową.</p> |