

ENCUENTROS CREAAndo EMPRESA

“Aprendiendo a Exportar”

LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA

Aprendiendo a exportar

Luis Morales
Director Exportación

PRIMERAS CUESTIONES

¿Qué es exportar?

¿Qué producto o servicio exportar?

¿Cuándo, cómo, dónde y a quién exportar?

Ventajas, inconvenientes y riesgos

¿QUÉ ES EXPORTAR?



Vender, entregar y cobrar productos o servicios a clientes que se encuentran fuera de los límites del mercado nacional.

¿QUÉ EXPORTAR?

Un producto o servicio que cumpla con las exigencias del importador



Capacidad de entender los mercados

¿CUÁNDO EXPORTAR?

No hay peor momento para empezar a exportar cuando la empresa siente la crisis del mercado interno.....

.....**aunque muchas veces se comienza así.**

Exportación ➡ Actividad a **medio y largo plazo** que exige
Inversión de Recursos y ... **PACIENCIA**

¿Cuándo Exportar? Cuando la empresa haya evaluado bien su capacidad de diseño, producción, comunicación, embalaje de productos, medios de envío, formas de pago, etc. Todo conforme a las exigencias del mercado internacional.

¿CÓMO EXPORTAR?

Situación de partida:

1. Necesidad de información
2. Desconocimiento de la secuencia de exportación
3. Desconocimiento de apoyos a las exportaciones
4. Dificultad de adaptarse a otras culturas y usos

¿DÓNDE EXPORTAR?

- Mercados más cercanos geográficamente.
- Mercados similares culturalmente e idiomáticamente.
- Mercados en rápido crecimiento.
- Mercados donde la competencia es menos agresiva.
- Mercados grandes.

Recomendación: iniciar la actividad de exportación en mercados donde se puede adquirir experiencia con la menor inversión y riesgos.

¿A QUIÉN EXPORTAR?

Diferente maneras de localizar a un potencial comprador de nuestros productos:

- Internet
- Oficinas comerciales de las embajadas
- Cámaras de comercio
- Consultoras
- Revistas especializadas
- Ferias internacionales
- Misiones comerciales, etc.

MERCADO DOMÉSTICO VS. MERCADOS INTERNACIONALES

Semejanzas:

- Diferentes clientes y canales de distribución
- Hay que entregar la mercancía, facturar y cobrar

Diferencias:

- Búsqueda de información
- Formas de comunicación e idioma
- Barreras aduaneras / arancelarias
- Usos y costumbres
- Instrumentos y medios de pago específicos

VENTAJAS DE LA INTERNACIONALIZACIÓN

- Aprovechar mayores oportunidades de negocio
- Diversificación del riesgo
- Alargar la vida útil del producto
- Reducir los costes unitarios de fabricación (al incrementar volumen)
- Mejora de la imagen y prestigio de la empresa
- Como medida defensiva ante entrada de competidores en el mercado local.
- No quedarse atrás, aprendizaje constante en los mercados internacionales.

LOS RIESGOS DE LA INTERNACIONALIZACIÓN

- Riesgos de cobro
- Riesgos legales
- Riesgos políticos
- Riesgos personales
- Riesgos culturales y de comunicación
- Riesgos tecnológicos
- Riesgos de competitividad

EL TRIANGULO DE LA DECISION DE EXPORTAR



CLAVES DEL ÉXITO EN LA INTERNACIONALIZACION

- En **una fase inicial**: concentración en mercados concretos, con pocos productos y/o servicios y a ser posible, semejantes a nuestro mercado local.
- Focalización en segmentos concretos del mercado.
- Mimar al cliente, fidelizarlo.
- Perseguir estrategias de “alto valor añadido” antes que de “bajo coste”.
- Concentrarse en las actividades que domina la empresa.

FASES DE LA INTERNACIONALIZACIÓN:

1º Diagnóstico de nuestro Potencial de Internacionalización

2º Plan de Internacionalización

DIAGNOSTICO DEL POTENCIAL DE INTERNACIONALIZACION

Es una reflexión sobre aspectos tales como:

- Motivación para la salida al exterior
- Dedicación posible al mercado exterior
- Implicación de la dirección y de la propiedad de la empresa
- Posibilidades de nuestros productos/servicios en el exterior
- Experiencia previa en el mercado nacional (e internacional)
- Recursos disponibles
- Ventajas y objetivos buscados en la internacionalización

INTERNACIONALIZAR EXIGE DEFINIR OBJETIVOS

La definición de objetivos ayuda a la empresa a:

Crear un plan de internacionalización

Reducir riesgos y costes en las primeras decisiones

¿Qué objetivos es importante definir?

Cuantificar objetivos en ventas y mercados

Determinar plazo para conseguirlos

DEFINIDOS LOS OBJETIVOS, ESTAMOS EN CONDICIONES DE CREAR NUESTRO

PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN

- Realista
- Realizable
- Sostenible en el tiempo

CONTENIDOS MINIMOS DEL PLAN

- Selección y elección de mercados objetivo
- Estudio de los mercados seleccionados: datos generales de los mercados, análisis de la oferta y demanda, canales de distribución.
- Barreras a la exportación
- Ferias, certámenes y publicaciones
- Plan de marketing
- Estrategias de acceso al mercado y plan de acción

EL DEPARTAMENTO DE EXPORTACIÓN

Qué funciones le vamos a encomendar:

- Sólo comercialización, ó
- Administración
- Logística
- Finanzas

EL DEPARTAMENTO DE EXPORTACIÓN

Personal necesario:

- Director de Exportación
- Jefes de Área (Area Sales Managers)
- Técnicos de Exportación (gestión administrativa)

EL DEPARTAMENTO DE EXPORTACIÓN

Organización de ventas:

- Por zonas geográficas
- Por productos
- Mixta



Gracias por su atención
Comenzamos el debate