

FUNDACION

BANCO CREDICOOP

“Comercio Exterior: Mirando hacia adentro”

Lic. José Luis Sánchez

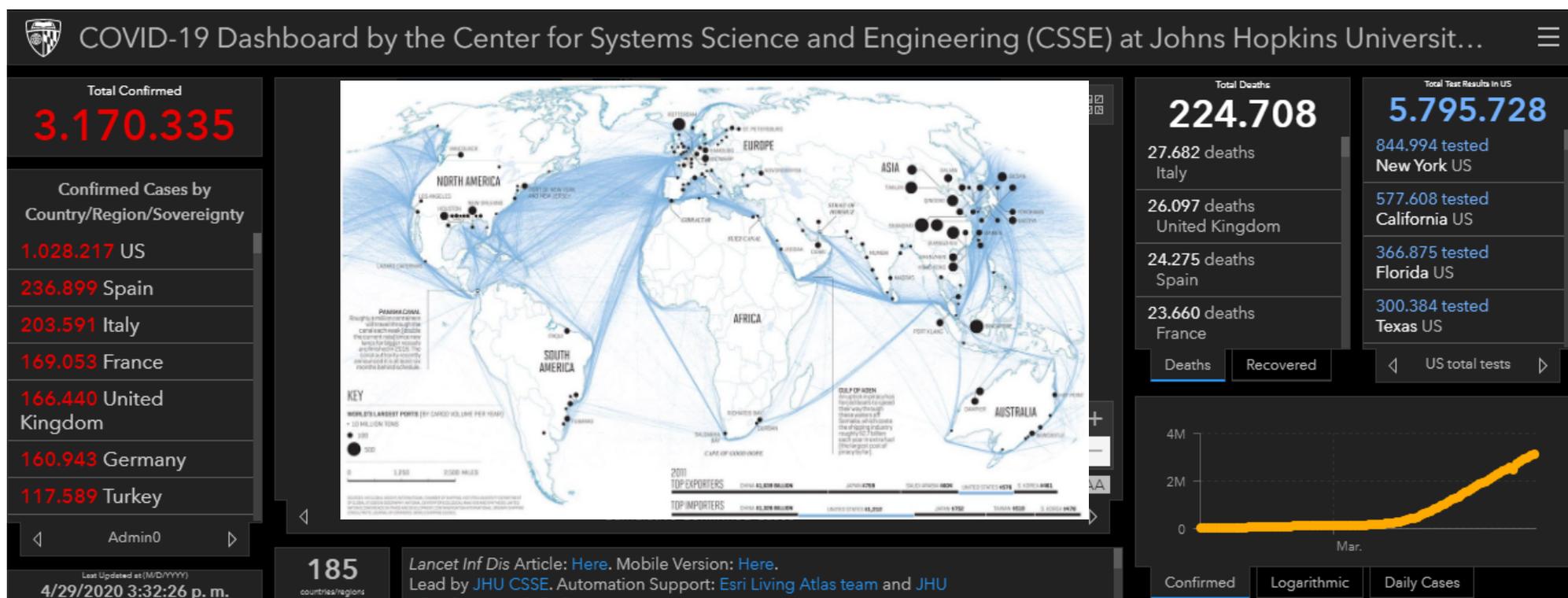
Temario de la presentación

- ✓ Comercio Exterior mirando hacia adentro???
- ✓ **Introducción**
 - ✓ Conceptos clave de la Comercialización Internacional.
 - ✓ Planificación Estratégica.
 - ✓ La empresa como factor clave para operaciones internacionales.
- ✓ **Revisión del Plan Estratégico de Exportación – PDM**
- ✓ **Inteligencia comercial**
 - ✓ Herramientas: Información.
- ✓ **Comunicación**
 - ✓ Gestión de contactos. Imagen de la empresa. Promoción



Mirando hacia adentro???

La pandemia COVID19 nos llevó a cuarentena social obligatoria con todas las medidas y disposiciones que la misma supone.
Pero no solo a nosotros en Argentina.



Mirando hacia adentro???

Desde diciembre a la fecha, y a nivel mundial:

- ✓ Se cerraron puertos
- ✓ Disminuyeron frecuencias logísticas
- ✓ Se alteraron los flujos de comercio
- ✓ Surgieron nuevos controles y regulaciones
- ✓ Hubo que reprogramar compromisos contractuales
- ✓ Asistimos a un verdadero **CASO DE FUERZA MAYOR!!!!**



La **CRISIS** sanitaria mundial nos brinda la **OPORTUNIDAD** de revisar nuestras acciones en materia de internacionalización, estamos **en tiempo y con tiempo**

para

Mirar hacia adentro de nuestra EMPRESA

✓ **Introducción**

- ✓ Conceptos clave de la Comercialización Internacional.
- ✓ Planificación Estratégica.
 - ✓ La empresa como factor clave para operaciones internacionales.

El Camino a la Internacionalización

Que es la Internacionalización?

La internacionalización de la empresa puede definirse como un proceso mediante el cual ésta desarrolla una parte de sus actividades (venta de sus productos, compra de suministros, producción, etc.) en otros países distintos al suyo de origen.

Componentes

- ✓ Es un proceso que se desarrolla a lo largo del tiempo.
- ✓ Este proceso afecta en forma directa a la empresa.
- ✓ Implica el desarrollo de actividades fuera del país.

Actividades

- Importación
- Exportación
- Implantación Comercial
- Inversión Exterior
- Globalización

Que es la comercialización internacional?

MARKETING: Es la realización de estudios y actividades mercantiles que dirigen el flujo de los bienes y servicios del productor o fabricante al consumidor o usuario.

MARKETING INTERNACIONAL: o "Comercialización Externa", se define como aquel proceso que realizan los empresarios con el propósito de conducir los bienes o servicios que producen al mercado internacional.

Siendo el **MARKETING INTERNACIONAL** un desprendimiento del marketing general se nutre de los mismos principios, técnicas y variables o componentes del marketing local o doméstico, pero obviamente con el agregado de nuevas variables, casi todas incontrolables, en virtud de la diferente naturaleza de los mercados el interno y el externo.

Que es la comercialización internacional?

La comercialización externa está condicionada por diversos factores:

ENDOGENOS

- ✓ Capacidad de Producción.
- ✓ Recursos Propios.
- ✓ Recursos de Terceros.
- ✓ Estructura comercial.
- ✓ Conocimiento de mercados.
- ✓ Condiciones de calidad.
- ✓ Estructura de costos.
- ✓ Postventa.
- ✓ Nivel de demanda interna.

EXOGENOS

NACIONALES

- ✓ Ubicación geográfica.
- ✓ Política de Comext.
- ✓ Promoción de Expo.
- ✓ T & Logística.
- ✓ Acuerdos de LC.
- ✓ Materias primas.
- ✓ Situación Económica y Política.

INTERNACIONALES

- ✓ Ubicación geográfica.
- ✓ Tipo de mercado.
- ✓ Preferencias.
- ✓ Actitud de demanda.
- ✓ Competencia local.
- ✓ Barreras a la impto.
- ✓ Cultura, idioma, religión.

FALTA ALGUN FACTOR? QUE PIENSAN?



Planificación Estratégica

- ✓ La empresa como factor clave para las operaciones internacionales

¿Que decimos cuando decimos **LA EMPRESA**?

ASPECTOS A CONSIDERAR:

- ✓ Actividad – Historia – Misión
- ✓ Dirección – Estructura – RRHH
- ✓ Economía y Finanzas
- ✓ Producto o Servicio
- ✓ Generación y Reacción
- ✓ Área Industrial o Productiva
- ✓ Área Comercial
- ✓ Comunicación

¿Que decimos cuando decimos **OPERACIONES INTERNACIONALES**?

ASPECTOS A CONSIDERAR:

- ✓ Culturales
- ✓ Logísticos
- ✓ Documentales
- ✓ Comerciales
- ✓ Planificación
- ✓ Promoción
- ✓ Inversión
- ✓ Mediano y Largo Plazo

La empresa como factor clave para las operaciones internacionales



El Camino a la Internacionalización

De una empresa con
DIAGNOSTICO ADECUADO
PLAN ESTRATEGICO - PDM

Plan Estratégico de Exportación

REVISION

Plan de Diversificación de Mercados



Revisión del Plan Estratégico de Exportación – PDM

Tabla de contenidos PDM

1. Definición del negocio de la empresa
2. Estadio del Proyecto exportador de la empresa
3. Justificación de la necesidad de diversificación de mercados
4. Definición de las unidades de negocio
5. Definición de productos o servicios
6. Definición del segmento de mercado y/o de los clientes objetivo
7. Base argumentativa de venta
8. Criterios para la preselección de mercados
9. Mercados seleccionados
10. Banco de datos
11. Estructura de costos
12. Objetivos de la empresa
13. Material Comunicacional
14. Logística
15. Competencia
16. Análisis FODA en relación a los mercados



Revisión del Plan Estratégico de Exportación – PDM

Tabla de contenidos PDM

17. Área de Comercio Exterior
18. Periodificación de mercados para la acción comercial
19. Administración de las variables del marketing
 - a. Introducción a la estrategia comercial
 - b. Perfil del cliente
 - c. Productos/servicios a ofrecer según cliente o mercado
 - d. Envases y embalajes
 - e. Registro u Homologaciones
 - f. Política de precios
 - g. Política de comunicaciones
 - h. Política de distribución física Internacional
 - i. Acciones para la fidelización de clientes
20. Determinación de acciones por mercado
21. Calendario de acciones
22. Presupuesto
23. Objetivo de ventas
24. Continuidad de la investigación y planificación



Revisión del Plan Estratégico de Exportación – PDM

Que Revisar?

- ✓ Mercados seleccionados
- ✓ Banco de datos
- ✓ Competencia
- ✓ Análisis FODA en relación a los mercados
- ✓ Periodificación de mercados para la acción comercial
- ✓ Determinación de acciones por mercado
- ✓ Calendario de acciones
- ✓ Presupuesto
- ✓ Objetivo de ventas



Revisión del Plan Estratégico de Exportación – PDM

ACTITUD	PLAZO		
	CORTO	MEDIO	LARGO
PROACTIVA	Italia Emiratos Árabes Marruecos	Bélgica Estados Unidos Australia	Japón Indonesia
ACTIVA	Bélgica Estados Unidos Australia	Japón Indonesia	
PASIVA	Japón Indonesia		

Corto Plazo: 6 meses, Mediano Plazo: 2 años, Largo Plazo: 2 a 4 años.

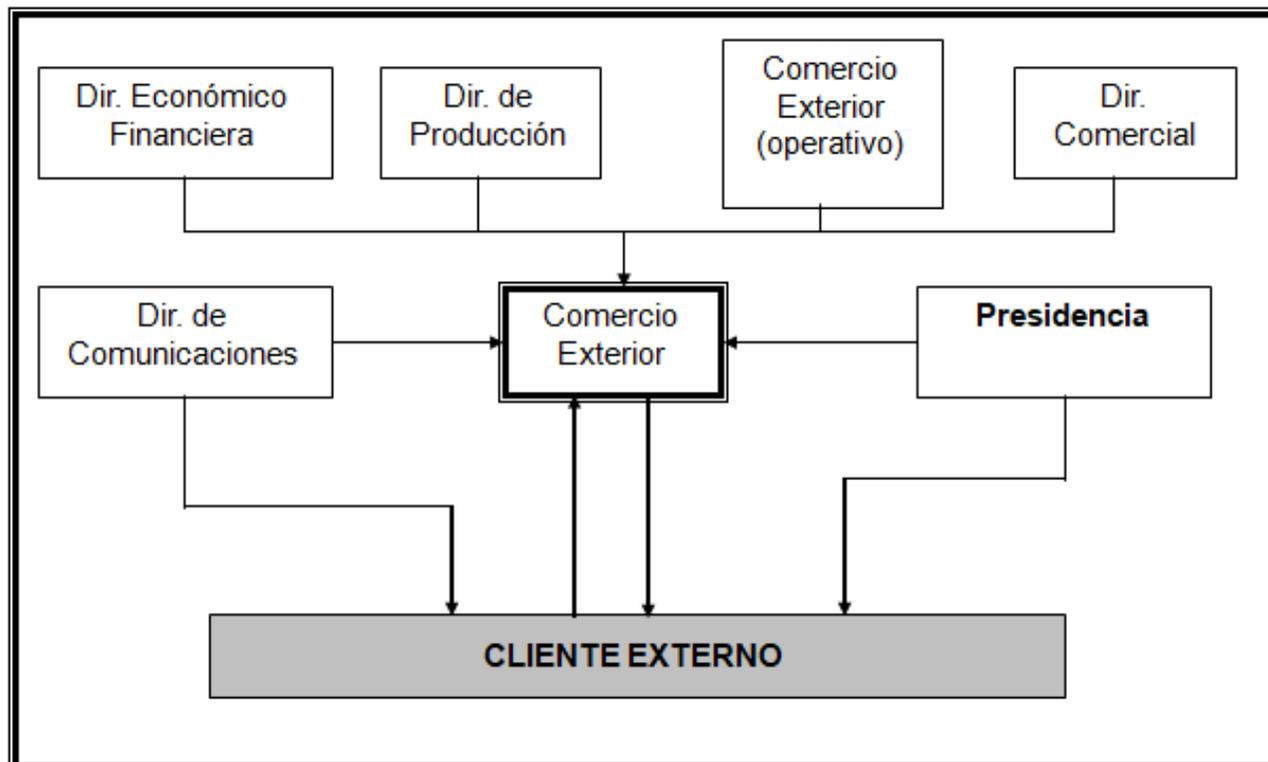


Mercados	2020										2021			
	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr
Italia	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
Emiratos Árabes	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
Marruecos	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
Bélgica	▨	▨	▨	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Estados Unidos	▨	▨	▨	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Australia	▨	▨	▨	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

- Realización de contactos
- Seguimiento focalizado
- ▨ Acción pasiva
- Acciones de seguimiento
- ▨ Seguimiento de control

Revisión del Plan Estratégico de Exportación – PDM

✓ **Equipo:** Funciones y Responsabilidades



Revisión del Plan Estratégico de Exportación – PDM

✓ **Equipo:** Funciones y Responsabilidades

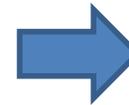
FUNCIÓN	PERSONA	RESPONSABILIDADES
Director Comercial	Walter	... y solicitud
Dirección de Operaciones	Guillermo	... les.
Dirección Financiera	Abel	... rga.
Área Comercial (gestión operativa)	Noelia	... el comercio
Área Comercial (gestión comercial)	Alejandro	... cálculo de costos, etc.).
Área de Marketing	Agustín	... electrónico y para atender
Laboratorio Técnico	Ing. Jorge	... lización de promoción e requieren presidencia
		... onal. de clientes



Revisión del Plan Estratégico de Exportación – PDM

Que falta revisar?

- ✓ Mercados seleccionados
- ✓ Competencia
- ✓ Análisis FODA en relación a los mercados



Inteligencia Comercial

- ✓ Banco de datos



Comunicación

Inteligencia comercial. Herramientas

PREGUNTAS que se realizaron oportunamente

- ✓ Cuales son los países donde puedo vender mis productos?
- ✓ Que cantidades se demandan?
- ✓ A que precio se puede colocar el producto?
- ✓ Como se debe comercializar?
- ✓ Será necesario adaptar el producto?
- ✓ Habrá que efectuar inversiones?

Entonces hoy debieran
ACTUALIZAR
la
INVESTIGACION DE MERCADO

Inteligencia comercial. Qué, Como y Donde Actualizar?

Qué actualizar?

- ✓ Los mercados seleccionados, con los que trabajamos y los que aún no hemos avanzado.
- ✓ El flujo de comercio de nuestras posiciones arancelarias y sus alternativas

Cómo actualizar?

- ✓ Tomando el patrón del estudio original y haciendo un “update” de datos de las mismas fuentes utilizadas en aquel momento.
- ✓ Descartando la información ociosa o de color. Ir al grano. Buscar el dato duro en los mercados en que estamos, para poder crecer en presencia.
- ✓ Si del flujo de comercio, surge un nuevo mercado, generar la info como la primera vez.

Inteligencia comercial. Qué, Como y Donde Actualizar?

Donde actualizar?

- ✓ En primer lugar en FBC: fbccomex@bancocredicoop.coop / (011) 5129-5832
- ✓ <https://www.cancilleria.gob.ar/es/argentinatradenet>
- ✓ <https://www.wto.org/indexsp.htm>
- ✓ https://ec.europa.eu/taxation_customs/business_en
- ✓ <https://www.fda.gov/>
- ✓ https://www.wto.org/spanish/tratop_s/serv_s/gatsqa_s.htm
- ✓ <https://www.prochile.gob.cl/>
- ✓ <https://www.icex.es/icex/es/index.html>
- ✓ Cámaras Binacionales, Embajadas extranjeras, Sistemas de información

Comunicación. Gestión de Contactos

- ✓ Banco de datos

C12									
POTENCIALES CLIENTES									
Nro.Pot/Client	País	Nombre de la empresa	WEB SITE	TELEFONO	E-MAIL	DIRECCI	CIUDA	PERSONA DE	OBSERVACIONES
1	Uruguay	El Gran Yorugua	www.egy.com.uy	59253-4684	compras@cal.com	Carrasco 321, Montevideo	Montevideo	Ing. Julio Delgado (Gerente de nuevos productos)	Son la tercer importadora de luminarias del mercado. Pertenecen a un grupo economico que tiene inversiones en otras empresas del rubro. Distribuyen la marca brasileña Iluminacion.
2	Uruguay	El Electricista Iluminado	www.eel.com.uy	53628536			Colonia		No registran importaciones.
3	Chile	Importex	www.impf.cl	2514896	impf@impf.cl	Los condes 2456	Santiago	Juan Mastufi	Son distribuidores de equipos chinos.
4	Colombia	Tradersnet SA	www.traders.com	2552251122	dera@traders.com	Collins 2514	Bogotá	Williams Trade	Parecen una empresa distribuidora, enfocada en productos europeos.
5									
6									
7									
8									
9									
10									
11									
12									
13									
14									
15									
16									
17									
18									
19									
20									
21									
22									
23									
24									

Comunicación. Imagen de la empresa



Comunicación. Imagen de la empresa

- ✓ Página web
- ✓ Correo Electrónico



- ✓ Redes Sociales
 - ✓ Facebook
 - ✓ Instagram
 - ✓ Twitter
- ✓ Whatsapp
- ✓ LinkedIn



Promoción. Nuevas modalidades

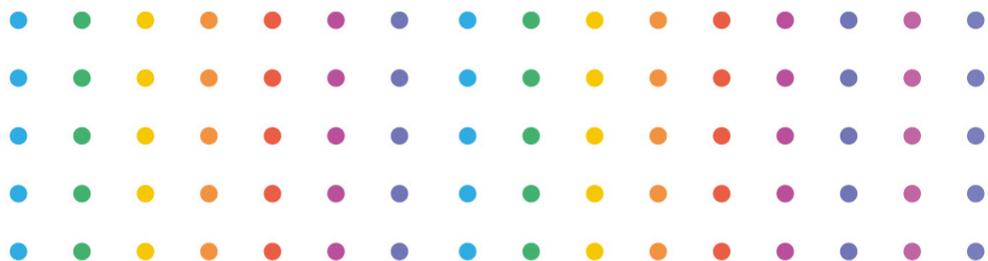


“Comercio Exterior: Mirando hacia adentro”

Lic. José Luis Sánchez



MUCHAS GRACIAS POR PARTICIPAR



FUNDACION

BANCO CREDICOOP



CASA CENTRAL

Reconquista 468 Piso 7

Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Tel.: (011) 5129-5832 al 35

Correo electrónico: funpymes@bancocredicoop.coop



Conocé nuestra Página Web

www.fundacioncredicoop.com.ar



Hacete fan de nuestro Facebook

www.facebook.com/fundacionbancocredicoop



Y seguinos en Twitter

[@FBCredicoop](https://twitter.com/FBCredicoop)