CEEI ELCHE
CENTROS EUROPEOS DE EMPRESAS INNOVADORAS

GENERALITAT VALENCIANA | iVACE | UNIÓN EUROPEA Fondo Europeo de Desarrollo Regional
Una manera de hacer Europa

"Proyecto cofinanciado por los Fondos FEDER, dentro del Programa Operativo FEDER de la Comunitat Valenciana 2014-2020"

Beneficios de la Internacionalización

@jrgonzalvez

Internacionalización requiere estrategia…

ESTRATEGIA INTERNACIONAL

- Da continuidad
- Adaptación a nuevos mercados
- Adopción de ventajas competitivas

Errores etapa previa

No entender el concepto de Internacionalización

No tener mentalidad internacional

La ceguera, SIN ESTRATEGIA

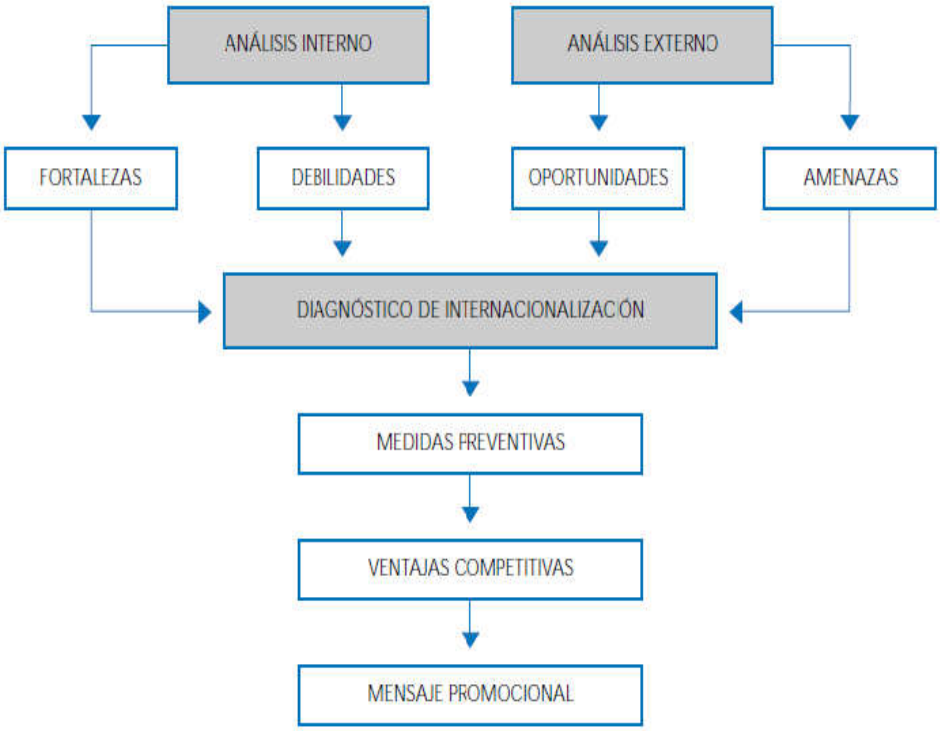
Imitar más que analizar

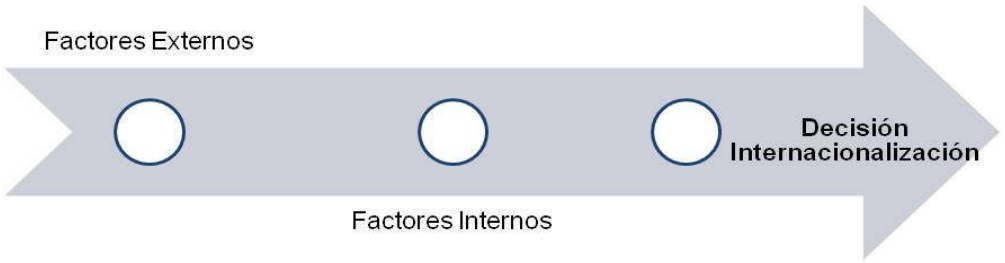
Falta de Motivación

Falta de preparación y recursos

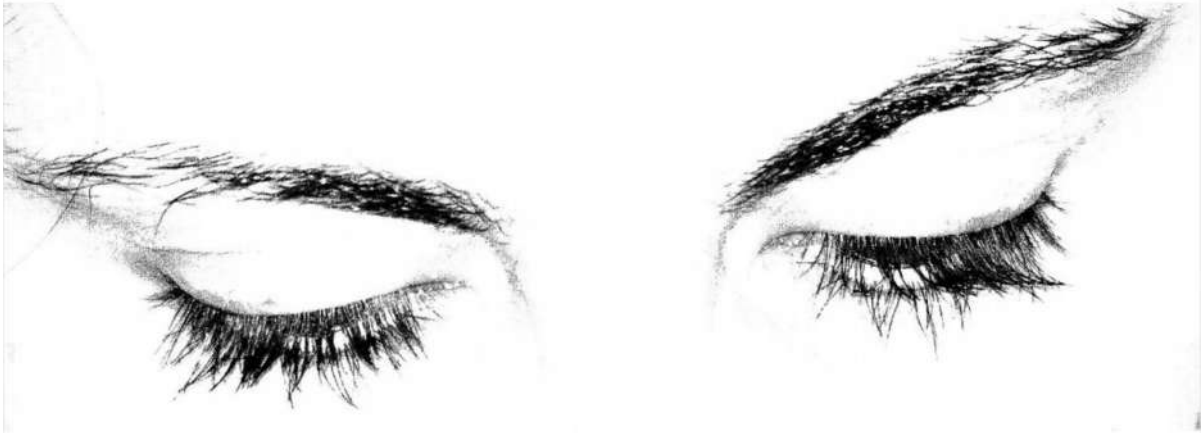
Exceso de ambición

Estrategia inicial





No hay nada decidido



La actitud es clave

GLOBALIZACION

AMENAZAS - OPORTUNIDADES

THREATS

- Restricción en la demanda.
- Aumento competitividad.
- Altos riesgos financieros.
- Incremento del precio de las materias primas.
- Un mundo muy abierto.
- Mercados exteriores con comportamientos diferentes al nuestro.

- Economías creciendo por encima del 5%.
- Mas de 200 mercados para seleccionar.
- Mayores acuerdos comerciales entre países.
- Diversificación de riesgos.
- Menor competencia en otros mercados.
- Mayores posibilidades de cooperación entre países.

FORTALEZAS - DEBILIDADES

- Visión a futuro de la empresa.
- Estructura organizativa adecuada.
- Situación financiera adecuada.
- Proceso de innovación y creatividad permanente orientado al mercado.
- Fidelización y orientación hacia las necesidades del cliente y los cambios producidos.
- Revisión de las estructuras para ganar en eficiencia y productividad en marketing, sistemas de información.
- Cooperación para ganar tamaño.
- Acceso a mercados internacionales.

The 5 Critical Questions

What?

How?

When?

4
Why?

5
Where?

EXPORTACIONES OCASIONALES
Pedidos del exterior/participación en ferias o misiones comerciales
EXPORTACIONES EXPERIMENTALES
Búsqueda de oportunidades y conocimiento de los mercados exteriores
EXPORTACIONES ACTIVAS
Esfuerzo comercial en mercados más próximos (menor distancia física y/o cultural)
CONSOLIDACIÓN DE LAS EXPORTACIONES
Red comercial en varios países/acuerdos de cooperación con otras empresas
IMPLANTACIÓN
Inversión: creación de filiales comerciales y/o de producción

2+2=5
Errores Empezando

Ser uno más

Considerarlo un proyecto independiente

Subvención = Financiación

Mala elección mercado objetivo

No darle relevancia al marketing

No adaptar el producto

Colaboradores equivocados

Falta de preparación y recursos

Falta de compromiso y dedicación

Mala elección modelo negocio

Mala fijación de precios

Ignorar la burocracia

Dejar que las relaciones se enfríen

No adaptarse al gusto local

Falta de paciencia

Déficit de información sobre el producto

EL DEPARTAMENTO INTERNACIONAL

- Prospecciones y cierre ventas con clientes internacionales.
- Buscar agentes y distribuidores
- Elaboración de documentación.
- Seguimiento administrativo de pedidos y pagos.
- Ejecutar las acciones de promoción y publicidad.
- Coordinación actividad internacional con el resto de departamentos

- Posición activa.
- Departamento Internacional.
- Adaptación Producto.
- Redes de Distribución.
- Acuerdos de cooperación.

- Plan de Internacionalización.
- Investigación de Mercados.
- Diferenciar precios de exportación.
- Comunicación Internacional.
- Implantación en el exterior.

Plan de Acción en Mercados

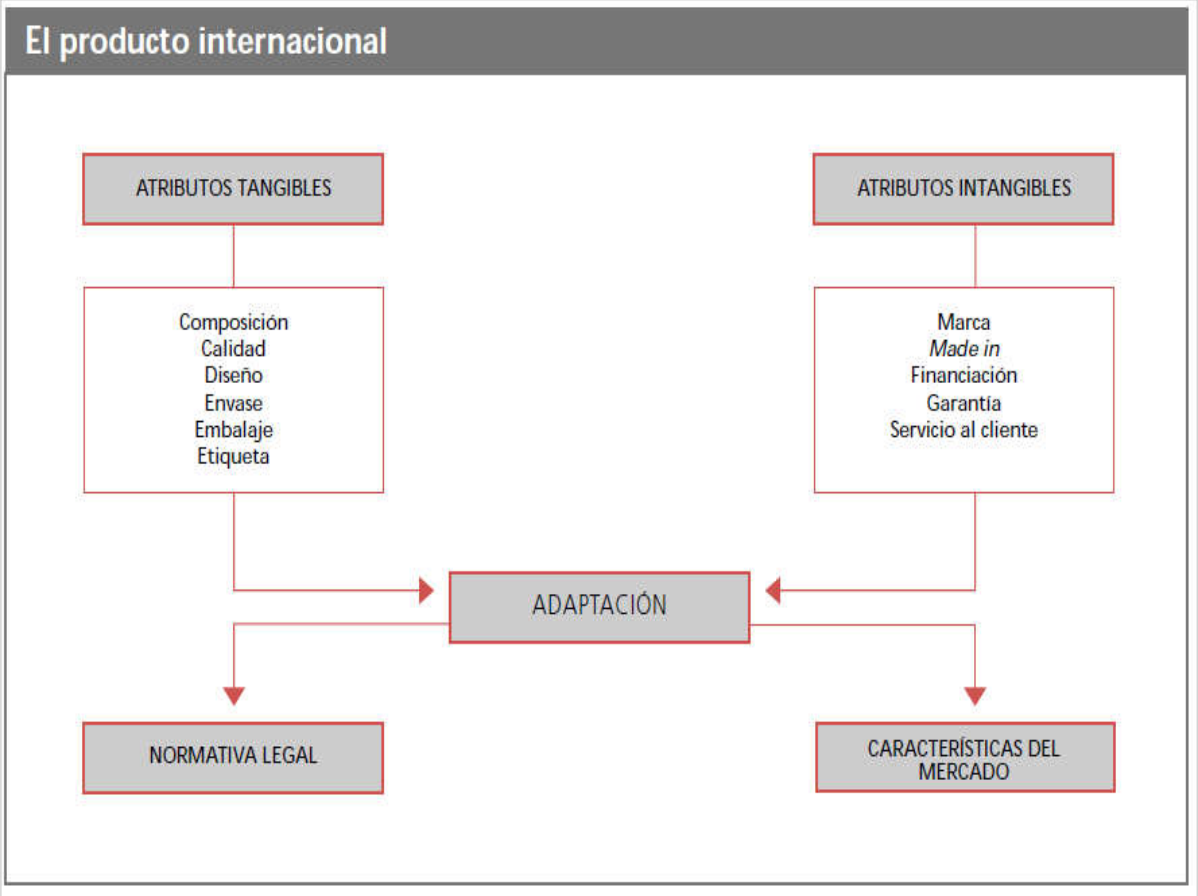
Y todo <u>presupuestado</u>

Concentración

- Mayor conocimiento de mercados.
- Ofrecer producto diferenciado.
- Reducción de costes logísticos.
- Mayores recursos para promoción.
- Control de riesgo.

Diversificación

- Información comparativa mercados.
- Menor dependencia de otros mercados.
- Explotación ventajas competitivas a CP.
- Oportunidades coyunturales precios.
- Evita enfrentamiento directo competidores.

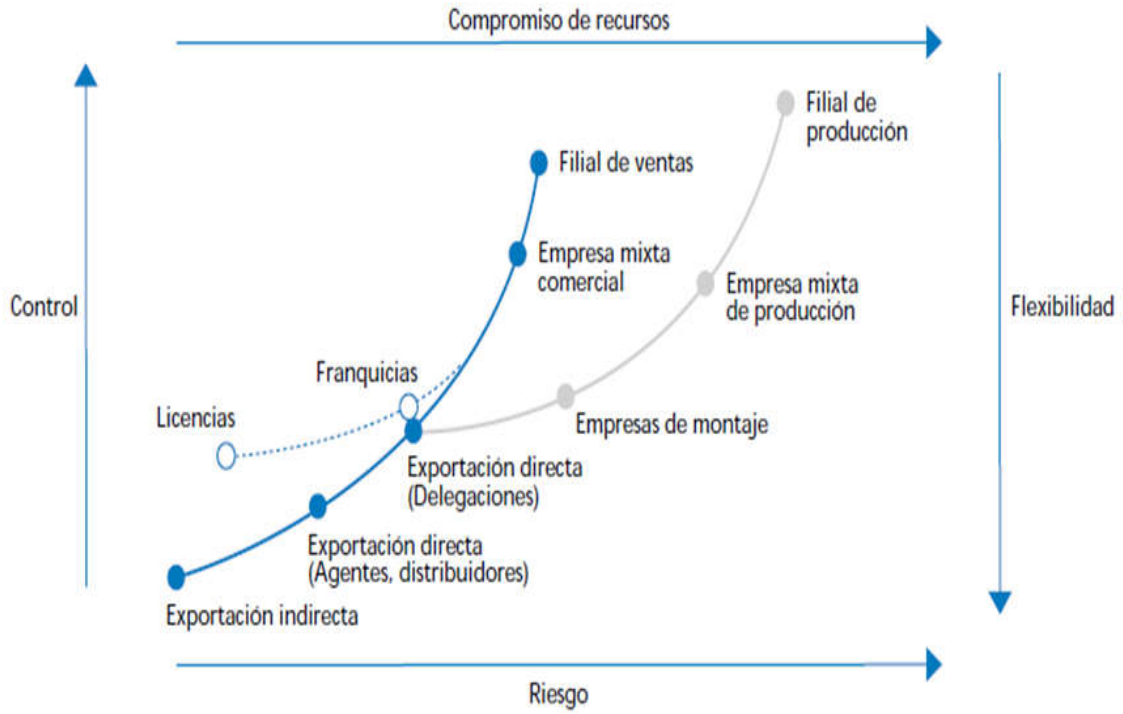


FORMA SENTRADA

Consideraciones previas

- Estrategia comercial
- Opciones de entrada
- Evaluación de recursos disponibles
- Estructura implantación con continuidad y estabilidad de suministro
- Logística idónea y distribución.
- Grado de Inversión
- Nivel deseado de integración en el mercado.

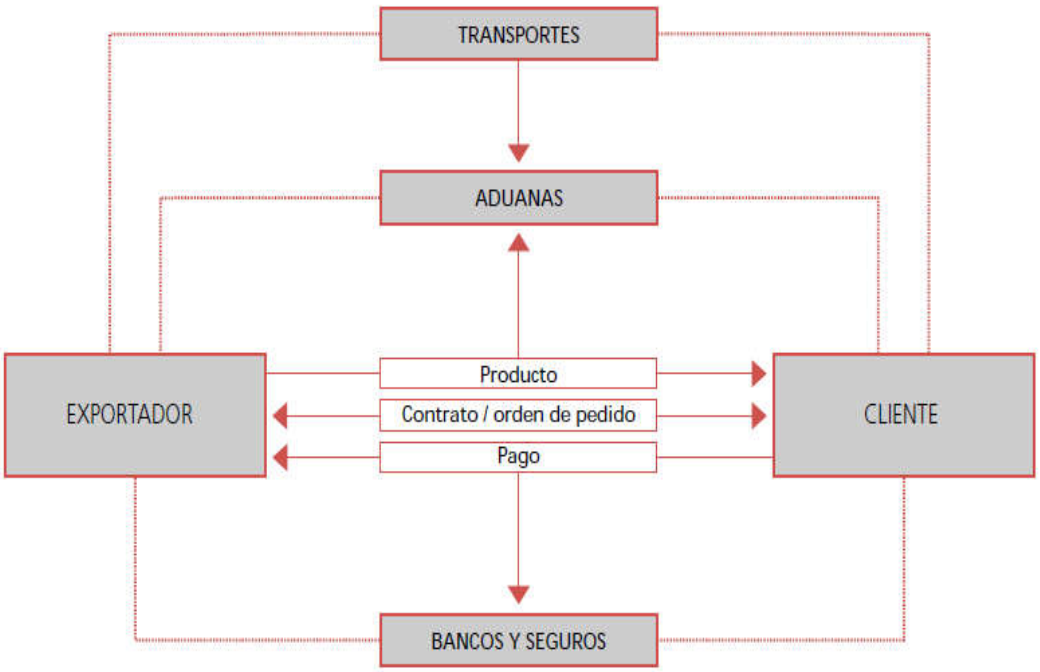
Opciones de internacionalización



Premisas para elección

- Objetivos a Largo plazo
- Rapidez
- Necesidades
- Costes (directos-indirectos)
- Cuestiones legales
- Infraestructura y organización empresa
- Tipo de producto
- Control de la empresa
- Etapa de la Internacionalización

La compraventa internacional



Falta de anticipación a los problemas

No pedir ayuda

Esperar que todo salga a la primera

La impaciencia

Nula creación bases de datos

Ausencia de pasión

El éxito de la internacionalización

- **Tener producto competitivo.**
- **Estrategia de entrada en los mercados.**
- **Viabilidad de acuerdos comerciales.**
- **Diversificación de los riesgos.**
- **Definición de objetivos a largo plazo.**
- **Constancia y perseverancia.**

70

INTERNACIONALIZACION

EL MUNDO EN TUS MANOS

Solutions Inside
New markets, new rules

www.solutionsinside.es

@jrgonzalvez

facebook.com/joseramon.gonzalvez

es.linkedin.com/in/joseramongonzalvez