

JORNADA

“Proyección de Bioempresas  
a los Mercados  
Internacionales”

4 de octubre 2012



## "Dar el Salto al Mercado Internacional: Principales Barreras y Casos de Éxito"



# QUIENES SOMOS



**FUNDEUN** es una entidad sin ánimo de lucro cuyo objetivo es mejorar la competitividad del tejido empresarial a través de la **gestión integral de la innovación**.

Está formada por **un equipo multidisciplinar de jóvenes profesionales ( ingenieros, químicos, economistas, ...)** con un alto grado de eficacia en la gestión y consecución de excelentes resultados.

Nuestra **Aceleradora de Negocios** da respuesta a aquellas áreas que necesitan un apoyo externo en su **plan de crecimiento empresarial** como financiación, innovación, formación, gestión, internacionalización,...

Ponemos a su servicio **más de 20 años de experiencia asesorando a las pymes** del tejido empresarial en materia de innovación, formación, empleo y creación de empresas.

## Área de Internacionalización:

- Planes de Apoyo a la Internacionalización
- Programas de Financiación Pública de Apoyo
- Incorporación de Talento
- Vender en Ucrania y EEUU
- Licitaciones Internacionales

# DAR EL SALTO A MERCADOS INTERNACIONALES



# DAR EL SALTO A MERCADOS INTERNACIONALES

---

## ¿QUÉ ESTA OCURRIENDO CON LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS?

La internacionalización se ha convertido en una necesidad, y ahora mas que nunca en una oportunidad de crecimiento sostenible.

**“ Salir o Morir ”**

## ¿POR QUÉ UNA PYME SE DECIDE A DAR EL SALTO?

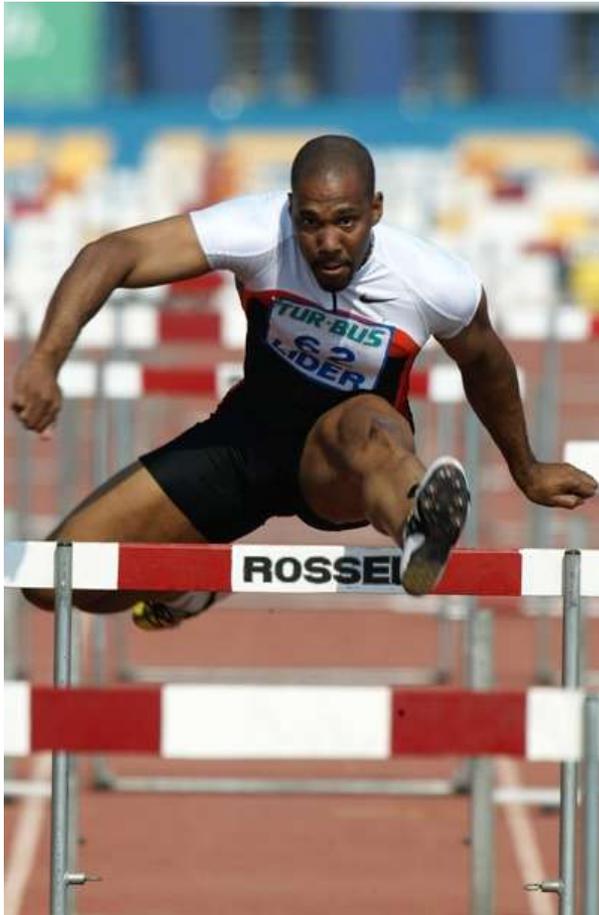
Decisión Estratégica y Meditada

Forzada por la Situación del Mercado Doméstico

- **BENCHMARKING: Conocer tu Competencia**
- **NUEVOS MERCADOS: Mayor Penetración**
- **DIVERSIFICAR RIESGOS: Estrategia Defensiva**
- **IMAGEN DE MARCA: Dimensión Internacional**
- **AMPLIAR TU MERCADO DOMÉSTICO: Posicionamiento**
- **INNOVACIÓN: Amplia Visión**

# RIESGOS/ BARRERAS A SUPERAR

---



- Alteraciones Cambio Monetario
- Cambios en la fiscalidad o en la legislación
- Mercados Hiperregulados, Políticas gubernamentales inestables
- Proteccionismo de los actores locales, por ejemplo mediante aranceles
- Cambios en la tendencia socio-económica del mercado
- Descuidar el mercado local
- Etc.

# PLAN INTERNACIONALIZACIÓN

---

¿CÓMO?

- ¿Cómo abordo el mercado?
- ¿Con quién comienzo los contactos comerciales?
- ¿Qué tramites burocráticos tengo que hacer?
- ¿Dónde debo dirigirme?

**EN DEFINITIVA.....POR DONDE EMPIEZO!**



## SELECCIÓN MERCADO/S

- ¿Cuántos? ¿Cuáles?
- Interés del mercado por mi producto
- Conocer el mercado



## DEFINIR ESTRATEGIA

- ¿Qué opciones de internacionalización tengo?
- Fortalezas y Debilidades

## ORGANIZACIÓN

- Estructura organizativa, productiva y comercial de la empresa

## ACTORES QUE PUEDEN AYUDARNOS

### ➤ ICEX/ IVEX

- Programas Financiación Pública
- Oficinas Económicas y Comerciales en el Exterior
- Información y Documentación
- Actividades de Promoción

### ➤ CONSULTORAS ESPECIALIZADAS

- Estudios de mercado y/o prospección
- Diseño y desarrollo de planes de internacionalización
- Asesoramiento legal, laboral y fiscal.

### ➤ SERVICIOS AVANZADOS

- Vender en Ucrania



# CASOS DE ÉXITO



# PROYECTO DE IMPLANTACIÓN PRODUCTIVA

---

## EVELIO MATAIX MOLINA, S.A: "IMPLANTACIÓN FÁBRICA EN CHINA"

### Características de la empresa

- Empresa Familiar fabricante de tejidos de Bañeres
- Pionera en utilizar tecnología Open-End
- Mercado internacional supone el 60% de la facturación de la empresa

### Experiencia Internacional

- Mas de 20 años operando en mercados exteriores
- Años 90 presencia en Europa, EEUU, Argentina, Chile, Líbano, Israel,..
- 2006 Posibilidad producir China, apostando por la comercialización
- 2007 Apertura sede comercial en China
- 2011 Implantación Fabrica en China

## Porque la empresa decide Implantarse en China

- Gran experiencia en la fabricación de hilados
- Reducción costes de producción
- Mano de obra más competitiva
- Escasa competencia en la fabricación Open-End
- Punto Estratégico para los mercados de oriente
- País con gran comercialización y futuro próspero



# EVELIO MATAIX MOLINA, S.A: "IMPLANTACIÓN FÁBRICA EN CHINA"

## Descripción del Proyecto

	Fechas previstas inicialmente	Fechas reales
Estudios Previos de Viabilidad, Mercado y Ubicación	Marzo 2009	Marzo 2009
Constitución de la sociedad	Noviembre 2009	Enero 2010
Compra/alquiler de terreno/nave	Enero 2010	Abril 2010
Fecha de inicio de ejecución de la obra civil	Febrero 2010	Noviembre 2010
Fecha de fin de ejecución de la obra civil	Noviembre 2010	Julio 2011
Llegada de la maquinaria a destino	Septiembre 2010	Junio 2011
Contratación de personal	Noviembre 2010	Enero 2011
Comienzo de producción	Febrero 2011	Octubre 2011

# EVELIO MATAIX MOLINA, S.A: "IMPLANTACIÓN FÁBRICA EN CHINA"

---

## MATAIX SPECIAL SPINNING (JIANGSU) CO. LTD.



# PROYECTOS DE PROMOCIÓN DE MARCAS

---

## Programas de Promoción Exterior y Marcas IVEX/ ICEX

- Favorecer la internacionalización empresas a través de la marca
- Subvención Gastos de promoción
- Casos de Éxito:

Sector Productivo: GRUPO PIKOLINOS

Sector Turístico: SHA WELLNESS CLINIC

Sector Construcción: QUILES

Sector TIC: CYPE INGENIEROS

## INTECCAL FOOTWEAR: INTRODUCCION PAISES DEL ESTE

### ¿Por qué Ucrania?

Distancia, mercado, comunicaciones, coste, situación social, marca española,...

### Riesgos

Cultura empresarial, legislación, corrupción, idioma,....

### ¿Cómo?

- Proceso de Evaluación Previo
- Definición Estrategia
- Planificación y Cierre Agendas
- Plan de Implantación

# CONCLUSIONES

DEBEMOS ABRIRNOS AL EXTERIOR,  
QUITARNOS COMPLEJOS Y DEMOSTRAR  
NUESTRA VALÍA FUERA DE NUESTRAS  
FRONTERAS.....

PERO HAGÁMOSLO CON CABEZA!!



Muchas Gracias

Raquel Díaz Martínez

[Fundeun.raquel@ua.es](mailto:Fundeun.raquel@ua.es)

965909386