



otherwise

fresh ideas for business

XPROM

PROYECTOS DE COMERCIO EXTERIOR



CREAIS  
CRECEEIS

QUIERO SALIR  
AL EXTERIOR ...

Lugar: Salón de actos del CEEI Castellón  
Fechas: 12 de abril de 2012

“Iniciación a la internacionalización  
de la PYME y la Micro - PYME”

Organiza:



Financiado por:



IMPIVA



UNIÓN EUROPEA  
Fondo Europeo de  
Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa

Colaboran:

XPROM  
INTERNATIONAL COMMERCE PROJECTS

Cámara  
Castellón

para +INFO  
haz CLICK



\*Proyecto cofinanciado por los Fondos FEDER, dentro del Programa Operativo FEDER de la Comunidad Valenciana 2007-2013\*



# TERMINOLOGÍA PREVIA





***Según su grado de innovación:***

**Empresas innovadoras, start-ups, etc.**

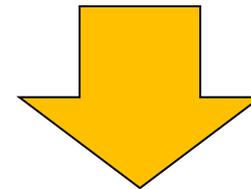
***Según su trayectoria:***

**Empresas de nueva creación,  
consolidadas**

***Según su dimensión:***

**Empresas micro, pymes, grandes**

¿Hay un lugar para mí en el  
mercado internacional?



**SI**



***Ante la coyuntura desfavorable:***

**Situación de España en 2012**

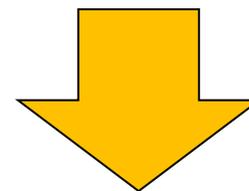
***Ante las facilidades de acceso:***

**27 socios comerciales, la UE**

***Ante las demandas de valor añadido:***

**Ciclos de crecimiento en otros continentes: América Latina, África, Asia**

¿Debo orientarme sólo al mercado nacional?



**NO**



# LA DECISIÓN DE INTERNACIONALIZARSE

**crecer en más mercados, superar la  
dimensión del mercado nacional**

**generar economías de escala, en aras  
de mayor competitividad**

**estacionalidad del mercado nacional**

**prolongar el ciclo de vida del producto**

**se atienden pedidos desde el exterior  
de manera reactiva, pero no  
proactivamente**

**Motivaciones**

XPROM

PROYECTOS DE COMERCIO EXTERIOR



# LA DECISIÓN DE INTERNACIONALIZARSE

se reacciona frente al desempeño de la competencia

se actúa ante cambios legales, impositivos, laborales, normativas técnicas

ante exceso de la producción o capacidad manufacturera

por prestigio empresarial

por aumentar el valor de marcas

**Motivaciones**

XPROM

PROYECTOS DE COMERCIO EXTERIOR

# 10 medidas + 1 para orientarnos hacia la internacionalización



1

Ofrecer productos servicios de calidad

2

Establecer una estrategia de empresa y modelo de negocio que contemple los mercados exteriores

3

Incorporar recursos humanos capacitados

4

Disponer de recursos económicos

5

Elaborar un plan de expansión o de exportación

# 10 medidas + 1 para orientarnos hacia la internacionalización



**6** Identificar los mercados de interés de manera inteligente y no intuitiva

**7** Contar con socios locales (en destino)

**8** Buscar financiación, prever cobertura de riesgos

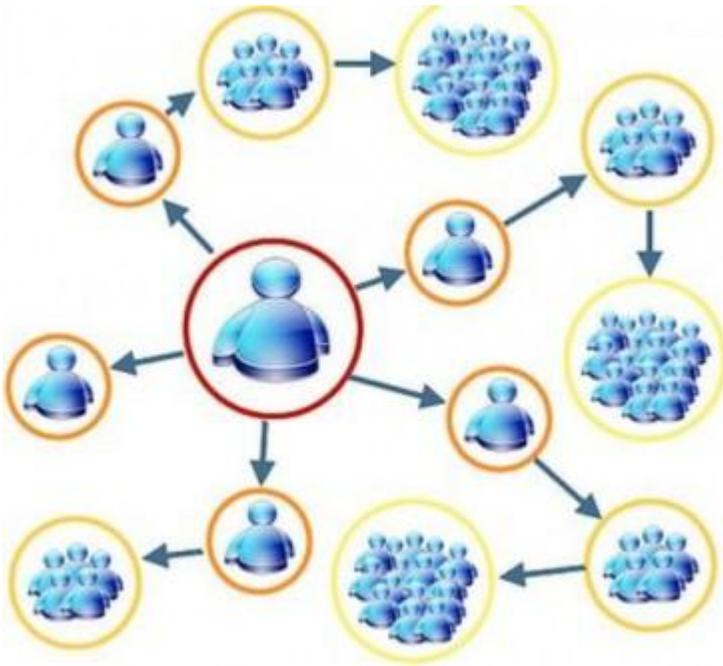
**9** Desarrollar inteligencia empresarial

**10** Acudir a entidades públicas y privadas como fuentes de información y ayudas

**11** Externalizar recursos y competencias



# GESTIÓN MODERNA FRENTE A GESTIÓN TRADICIONAL





## GESTIÓN TRADICIONAL

- **Gerente** gestiona los contactos con el exterior, viaja y negocia, tanto para el mercado nacional como el internacional

- **Persona de confianza** (familiar, alguien que sabe algo de inglés, pasó un verano en Irlanda, etc.) gestiona los contactos con el extranjero.

-Se gestionan los contactos mediante **conocidos** que realizan viajes a un país por otros temas.

XPROM

PROYECTOS DE COMERCIO EXTERIOR



## GESTIÓN TRADICIONAL

- Empresa gestiona actividades en el exterior con la ayuda de un **becario**

- Empresa asiste a Ferias Internacionales, a ver que pasa.....
- Empresa participa en Misiones Comerciales, a ver que pasa....
- Empresa viaja a ciertos países, **a ver que pasa....**

- Empresa contrata a un Export Manager, con poca experiencia y con escaso margen para negociar

XPROM

PROYECTOS DE COMERCIO EXTERIOR



## GESTIÓN MODERNA

- La empresa cuenta con **departamento de exportación** y acude puntualmente a profesionales externos para su desarrollo comercial en determinados mercados

- La empresa externaliza su departamento de Comercio Exterior, **comerciales a tiempo parcial**

- La empresa participa en **grupos de promoción**



## GESTIÓN MODERNA

- La empresa cuenta con **metodología y rigor** al acudir a profesionales externos para su desarrollo exportador

- La empresa evita que su gestión comercial exterior se desarrolle por **gestores oportunistas**

- La empresa estudia y participa de acciones de **subcontratación**



**La importancia de la planificación en  
exportación :**

**UN INSTRUMENTO DE GESTIÓN :  
AMX**



## La importancia de la planificación en exportación :

**ESTRATEGIA** : conjunto de acciones planificadas anticipadamente, cuyo objetivo es alinear los recursos y potencialidades de una empresa para el logro de sus metas y objetivos de expansión y crecimiento



## La importancia de la planificación en exportación :

### HERRAMIENTAS QUE NOS DA EL MARKETING :

ANÁLISIS DAFO

LAS 4 "P"

MAPAS  
ESTRATÉGICOS

PORTER:  
5 FUERZAS,  
Diferenciación /  
Costes

XPROM

PROYECTOS DE COMERCIO EXTERIOR



## La importancia de la planificación en exportación :

### QUE SE PRETENDE EVITAR :

**VOLUNTARISMO**

**MIMETISMO**

**IMPROVISACIÓN**

**MALA IMAGEN**

**XPROM**

PROYECTOS DE COMERCIO EXTERIOR



# UN INSTRUMENTO DE GESTIÓN : **AMX**

## Análisis para la Mejora exportadora

Recorrer las principales áreas temáticas que inciden en el proceso exportador, evaluando capacidades instaladas

Identificar **puntos fuertes y débiles** de procesos productivos, comerciales y promocionales

Visualización específica de **necesidades de mejora**

Diseñar un **Plan de Acción Internacional**, específico para el departamento de comercio exterior

Seleccionar los **mercados prioritarios** para la expansión internacional

**OBJETIVOS**

XPROM

PROYECTOS DE COMERCIO EXTERIOR



## **FUNCIONES EXTERNALIZABLES :**

**INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

**PRESENCIA EN FERIAS, VIAJES  
COMERCIALES**

**NEGOCIACIÓN, CONTRATOS**

**COMERCIALES A TIEMPO PARCIAL**

**GRUPOS DE PROMOCIÓN**



# COMERCIALES DE EXPORTACIÓN

a tiempo parcial

**Característica principal :**

**EXTERNALIZACIÓN DE TODO O PARTE DEL DEPARTAMENTO/ÁREA DE COMERCIO EXTERIOR**

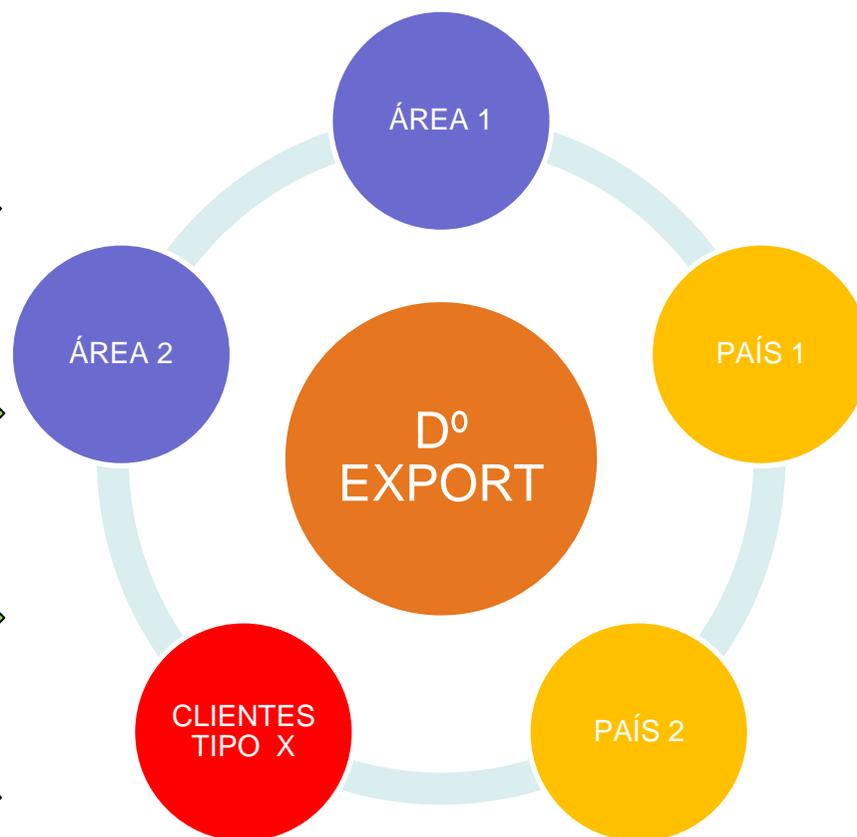
**Ámbito de actuación:**

**MUNDO**

**ZONA GEOGRÁFICA**

**PAÍS**

**TIPO DE CLIENTE**



**XPRM**

PROYECTOS DE COMERCIO EXTERIOR



# COMERCIALES DE EXPORTACIÓN a tiempo parcial

## ENTORNO DE ACTUACIÓN

**ÁMBITO** trabajo:  
a tiempo parcial,  
in/ex company



**DESIGNACIÓN**  
comercial  
limitada a zona  
designada



**INTEGRACIÓN**  
en el equipo  
comercial



**COORDINACIÓN**  
con el equipo  
directivo y  
comercial

XPROM

PROYECTOS DE COMERCIO EXTERIOR



# COMERCIALES DE EXPORTACIÓN

a tiempo parcial

Investigación de mercados

Organización acciones  
comerciales y promoción

Negociación y ventas: seguimiento,  
mantenimiento

Gestión documentación: logística,  
comercial

Asesoramiento elementos de  
comunicación

Gestión de ayudas y  
subvenciones

**FUNCIONES**

XPROM

PROYECTOS DE COMERCIO EXTERIOR



# COMERCIALES DE EXPORTACIÓN

a tiempo parcial

GASTOS ESTRUCTURA  
reducidos

Prestación de servicios  
profesionales

TIEMPO: metas a corto plazo, ahorro al  
empresario

DINAMISMO: a medida de la empresa

CAPACIDAD NEGOCIADORA

VISIBILIDAD & PRESTIGIO

**VENTAJAS**

XPROM

PROYECTOS DE COMERCIO EXTERIOR



## GRUPOS DE PROMOCIÓN

Unión de empresas (4-8) con el fin común de promocionar a nivel internacional sus productos

Normalmente se trata de productos complementarios, dirigidos a un mismo cliente objetivo

Se gestiona la promoción exterior en mercados específicos

**OBJETIVO**

XPROM

PROYECTOS DE COMERCIO EXTERIOR



## GRUPOS DE PROMOCIÓN

Las empresas mantienen su identidad y marcas

La unión entre empresas es estratégica, y no jurídica

Los socios pueden decidir en qué acciones participan, y en cuáles no

**Diferencias  
con los  
consorcios**

XPROM

PROYECTOS DE COMERCIO EXTERIOR



## GRUPOS DE PROMOCIÓN

Reducción de costes operativos

Reducción de costes de personal

Concentración de acciones de comunicación y promoción

Aumento de la competitividad

Acceso a subvenciones

**VENTAJAS**

XPROM

PROYECTOS DE COMERCIO EXTERIOR



# GRUPOS DE PROMOCIÓN

## Ejemplo de un grupo de promoción de calzado

Participación: 6 empresas fabricantes de la provincia de Alicante.

Mercado objetivo: **Rusia**

- Negociación de reportaje en prensa sectorial. Mejor precio y mayor repercusión.
- Participación en la feria Mosshoes. Stand mayor, con mejor imagen y a un coste inferior.
- Reducción de costes de personal y de viajes.



## CASOS

**MICROPYME sector artes  
gráficas**

**PEQUEÑA EMPRESA sector  
cárnico**

**EMPRESA MEDIANA sector  
pesca**

**CASOS  
NEGATIVOS**

XPROM

PROYECTOS DE COMERCIO EXTERIOR



## CASOS

**MICROPYME sector gourmet**

**PEQUEÑA EMPRESA sector  
equipamiento industrial**

**PEQUEÑA EMPRESA sector artes  
gráficas**

**PEQUEÑA EMPRESA sector moda**

**EMPRESA MEDIANA sector  
químico**

**CASOS  
POSITIVOS**

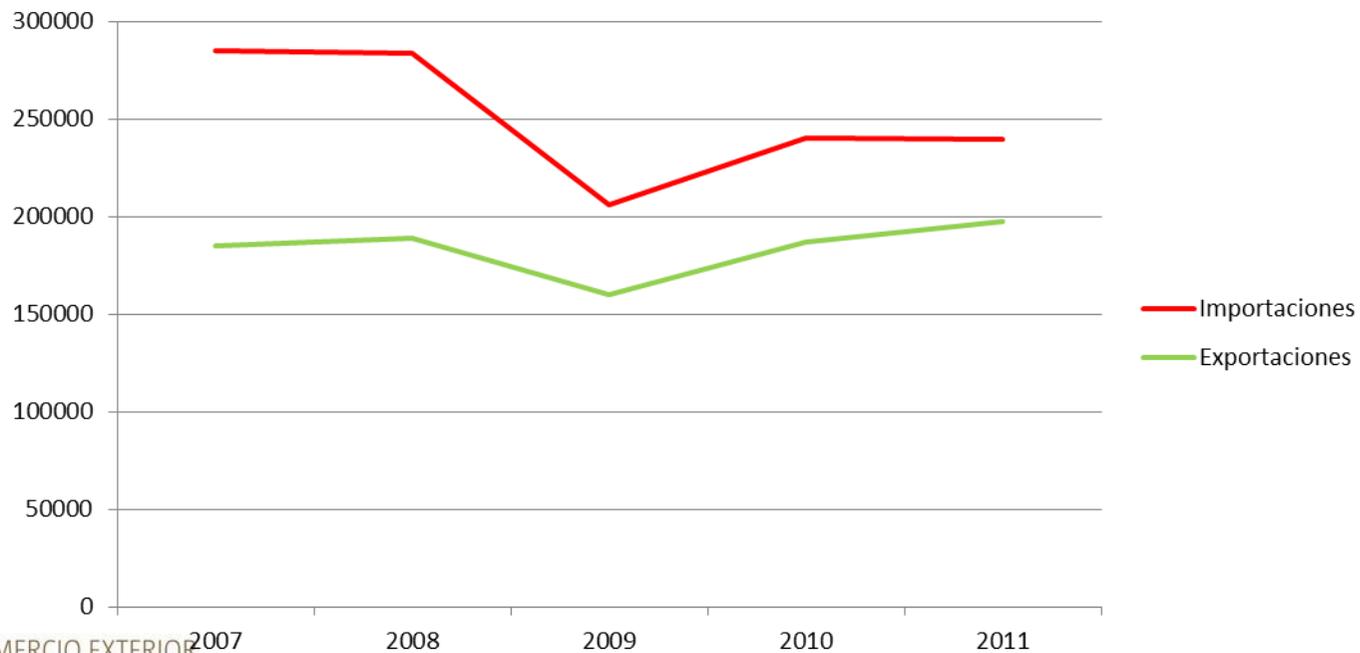
XPROM

PROYECTOS DE COMERCIO EXTERIOR

# CIFRAS CLAVE

## 1. Balanza Comercial Española

AÑO	EXPORTACIONES	IMPORTACIONES	SALDO	TASA COBERTURA
2007	185.023	285.038	-100.015	64,9
2008	189.228	283.388	-94.160	66,8
2009	159.890	206.116	-46.227	77,6
2010	186.780	240.056	-53.276	77,8
2011*	197.482	239.271	-41.789	82,5



XPROM

PROYECTOS DE COMERCIO EXTERIOR



# CIFRAS CLAVE : 2. principales mercados de X

Rank	País	Exportaciones	% Total
1	Francia	35.822.646	18,14
2	Alemania	20.048.551	10,15
3	Portugal	15.956.255	8,08
4	Italia	15.794.769	8,00
5	Reino Unido	12.565.055	6,36
6	EEUU	7.242.482	3,67
7	Países Bajos	5.582.103	2,83
8	Bélgica	5.558.183	2,81
9	Suiza	4.136.489	2,09
10	México	3.832.628	1,94
11	Marruecos	3.760.488	1,90
12	Polonia	3.249.414	1,65
13	China	3.101.712	1,57
14	Arabia Saudí	2.684.296	1,36
15	Japón	2.378.696	1,20
16	Rusia	2.336.468	1,18
17	Argelia	2.257.526	1,14
18	Suecia	1.864.442	0,94
19	Austria	1.757.048	0,89
20	Brasil	1.724.348	0,87
21	Gibraltar	1.562.026	0,79
22	Rep. Checa	1.533.980	0,78
23	Noruega	1.490.590	0,75
24	Grecia	1.451.097	0,73
25	Australia	1.402.394	0,71
26	Venezuela	1.251.332	0,63
27	Hungría	1.230.868	0,62
28	Rumanía	1.187.501	0,60
29	Turquía	1.156.101	0,59
30	Bulgaria	1.094.845	0,55
TOTAL			



# CIFRAS CLAVE :

## 3. principales productos de X de ESP y de la CCVV

Durante 2011, los principales sectores exportadores españoles han sido :

- bienes de equipo.....19,8% + 14,5% crecimiento
- sector automóvil..... 15,8% +12,5%
- alimentos..... 14,0% +9 %
- productos químicos..... 13,8% + 4,1%
- semi-manufacturas no químicas.....12,2% +16,4%

CAPÍTULO PRODUCTO	EXPORT	% S/T	% VARIAC. EXPORT
87 VEHÍCULOS AUTOMÓVILES	3.263,47	17,86	11,46
08 FRUTAS	2.127,54	11,65	0,66
69 PRODUCTOS CERÁMICOS	1.751,07	9,59	7,52
84 MÁQUINAS MECÁNICAS	1.199,28	6,57	22,22
64 CALZADO Y SUS PARTES	890,34	4,87	7,79
32 PIGMENTOS Y ESMALTES	754,48	4,13	9,86
85 MÁQUINAS ELÉCTRICAS	679,65	3,72	-8,12
39 PLÁSTICOS Y MANUFACTURAS	552,66	3,03	0,16
07 LEGUMBRES, HORTALIZAS	479,03	2,62	-3,24
27 COMBUSTIBLES, ACEITES MINERAL.	436,40	2,39	35,29
94 MUEBLES Y LÁMPARAS	365,15	2,00	11,33
25 MÁRMOL Y PIEDRAS S/ TRABAJAR	302,65	1,66	15,66
73 MANUF. DE FUNDIC., HIER./ACERO	288,08	1,58	33,00
72 FUNDICIÓN, HIERRO Y ACERO	287,34	1,57	11,54
20 CONSERVAS VERDURA O FRUTA; ZUMOS	254,09	1,39	17,35
SUBTOTAL	13.631,23	74,62	-
<b>TOTAL</b>	<b>18.267,42</b>	<b>100,00</b>	<b>8,52</b>



# MUCHAS GRACIAS POR VUESTRA ATENCIÓN

XPROM

PROYECTOS DE COMERCIO EXTERIOR



otherwise.es

Ernesto Wlasiuk, Victoria Martín,  
Virginia Arandes, Alexia Fernández  
96 1823030  
info@xprom.es

Edificio Albufera Center  
Plaza Alquería de Culla 4, Oficina 804  
46910 Alfafar (Valencia)  
www.xprom.es