**Operativa del comercio internacional**

**Etapas de la internacionalización**

* Impulsores de la internalización
* Pasos naturales en la exportación
* Que significa la internacionalización
* Objetivos y obstáculos en el proceso
* Diagnostico integral empresario
* FODA
* Funciones y localización del departamento
* Inscripción como exportador/importador

**Por que comenzamos a exportar?**

* Razones internas
  + Visión personal de la dirección
  + Incorporaciones capacitadas
* Razones externas
  + Cámaras, entes gubernamentales, etc.
  + Grandes clientes de la empresa
  + Agentes de exportación

**Etapas naturales de la exportación**

Primero esta la etapa de descubrimiento, es donde están paradas la mayoría de las Pymes de hoy en día. La prioridad esta en el mercado local

* Pedido del exterior
* Participación en alguna feria
* Pedido de agentes locales
* Clientes locales

Es una instancia de experimentación.

En esta instancia la empresa piensa que el cliente final y el mercado es el importador.

Si las razones que me llevaron a hacer comercio exterior permanecen por un tiempo esperable, la empresa va a replantearse su forma de trabajar.

Luego esta la etapa de adaptación donde hay un éxito en la primera compra, continuidad en la relación, descubrimientos.

En esta etapa existe una preparación y una inversión para seguir con el proceso de exportación

Por ultimo esta la etapa de dominio donde no vemos a nuestro cliente como el cliente final, sino como un socio en el exterior. En esta instancia si la relación con e importador se corta, las exportaciones no, ya que el producto ya esta sumergido en el país de destino.

Tiene un rol sumamente activo en el mercado, tiene un departamento de comercio internacional bien asentado, y la prioridad deja de ser solamente el mercado local para ser los 2.

Esta es una etapa de planificación.

**Que es el comercio exterior?**

Es el proceso por medio del cual una empresa intercambia producto y/o servicios con empresas de otros países

Solo visualizando el comercio exterior a largo plazo vamos a poder encontrar el éxito.

Para lograr esto debe haber un proceso que permita una consolidación en el mercado, mediante credibilidad y confianza.

Para que el comercio sea exitoso, también, debemos contar con un precio uniforme y una calidad permanente.

En síntesis, tengo que determinar sobre el motivo de querer exportar y el origen de esto. Luego posicionarme en alguna de las etapas, y a l momento de vender en la empresa debo rever los errores y entusiasmar a la empresa.

**¿Por que fracasan las Pymes?**

* **No cuentan con un plan de exportación**
* No cuentan con un compromiso suficiente para superar dificultades
* Hacen una mala selección de los distribuidores y representantes
* No concentrarse en uno o dos mercados para ir creciendo ordenadamente
* No dar suficiente asistencia a los clientes exteriores
* Descuidar a las exportaciones ante una aceleración del mercado local
* Querer extrapolar técnicas comerciales exitosas localmente
* Cerrarse ante la posibilidad de hacer alianzas estratégicas

**Ventajas del proceso exportador**

* Mayor dinamismo en ventas e ingresos
* Mayor estabilidad al no depender solamente del mercado interno
* Aprovechamiento de la capacidad de producción ociosa instalada
* Reducción de costos unitarios y aumento de rentabilidad
* Mejora y/o uniformación de la calidad de los productos
* Constante actualización tecnológica
* Mejora global de la competitividad de la empresa y de la calidad de los productos y servicios
* Aumento de la imagen institucional
* Aporte al desarrollo económico y socia del país a través de la generación de empleos y divisas.

Sustitución de exportaciones es convertir tu oferta exportable agregándole valor. Seria exportar menos commodities y mas productos con valor agregado.

Sustitución de importaciones es fabricar acá lo que se importaba.

**Pasos para la internacionalización**

1. Mentalidad empresaria: establecer los objetivos, estudiar que obstáculos tener en cuenta, etc.
2. Diagnostico integral empresario
3. Ajustes imprescindibles para abordar los mercados internacionales.
4. Departamento de comercio exterior

**Diagnostico integral empresario**

* El diagnostico va a permitir ver el potencial de la empresa para incursionarse en el comercio exterior.
* Se podrá conocer las posibilidades de los productos de la empresa para competir internacionalmente
* Le ayudara al empresario a comunicar sus ideas comerciales a personas ajenas a la empresa (pedir un crédito en un banco, incorporar a un socio)
* Permitirá planificar las actividades a emprender para alcanzar con éxito los objetivos propuestos
* Se podrán canalizar las potencialidades en beneficios superiores para la organización
* Justificar los cambios necesarios con argumentos consistentes. Sobretodo en comercio exterior hay que explicar y ver el motivo de cada paso.

**Ventajas generales**

* Al aplicarlo se despierta un espíritu de grupo
* Es participativo
* La gente se siente comprometida con las soluciones
* Da una estructura lógica a la problemática
* Es una manera muy eficiente en tiempo y recursos para encontrar problemas
* Permite conocer los procesos operativos donde hay que trabajar con urgencia
* Proporciona datos para realizar una planificación

**Desventajas generales**

* Ausencia de información interna de la empresa
* Dificultades para obtener y procesar la información interna
* Falta de objetividad en los niveles directivos
* El definir un problema despierta expectativas de una solución
* Pueden provocar conflictos interpersonales

**Procedimiento del diagnostico**

* Selección del grupo
* Entrenamiento del grupo (libertad para desnudar todas las falencias)
* Lista individual (identificación de los problemas según la visón de cada persona)
* Lista colectiva (identificación de los problemas según la visón grupal)
* Clasificación y jerarquización de problemas
* Planeamiento de soluciones
* Generación de un plan de acción

**Ajustes imprescindibles para abordar los mercados internacionales.**

* Desarrollo de las herramientas de comunicación
* Incorporación de personal cualificado
* Incorporar un turno de producción
* Mejorar los sistemas de comunicación
* Redefinición de la visión
* Solicitud de una línea de crédito

**Obstáculos a la incorporación**

* Su labor operativa puede ser desarrollada por el personal actual
* Me resulta demasiado oneroso
* No tiene quien lo controle porque nadie sabe de comercio exterior
* No saber que hacer si la empresa deja de exportar

Las actividades esenciales de una persona encargada del comercio exterior es la planificación, no es esperar a que el cliente en el exterior haga un pedido

Algunas otras tareas para la área de comercio exterior son

* Exploración de nuevos mercados y ampliación de los actuales
* Vinculación con cámaras y organizaciones gubernamentales
* Acceso a facilidades e incentivos a la exportación, inversión en tecnología, mejoramiento de la calidad.
* Cambios en el producto, envase, embalaje
* Certificados de calidad (normativas ISO, determinan lo que el producto debe tener para conseguir una certificación a nivel internacional)
* Cumplimiento de la normativa en el mercado local y en los mercados meta
* Contacto con potenciales clientes
* Mantener la presencia con ellos y apoyar la labor de los clientes actuales
* Negociación y cierre de ventas
* Organizar las actividades de promoción en el exterior
* Aspectos operativos de la logística internacional
* Aspectos operativos de la documentación comercial
* Fijación de objetivos de venta, control de las actividades emprendidas por los clientes, asistencia post venta
* Condiciones de venta, forma de pago, control de pendientes

El área de comercio exterior idealmente se tiene que encontrar como staff del directorio en el organigrama.

**Investigación internacional**

Por que hay que hacer una investigación?

* Al que debemos conocer en primer termino es al consumidor final, porque es este el que decide si compra o no el producto
* El importador responde al concepto de rentabilidad en su cartera de productos
* Mejores condiciones para negociar
* Participación en la estrategia de mercado
* Control de actividad del importador

**Etapas del proceso de investigación**

1- Situación actual de la empresa

2- Investigación exploratoria: consideración global, consideración local consideración destino

3- Investigación comercial: macro y micro entorno del mercado

**Fuentes de información**

1. Publicaciones especializadas en diarios: suplementos de comercio exterior
2. Entidades publicas, nacionales, provinciales y municipales: fundación exportar, pro argentina, etc.
3. Entidades internacionales: B.M, OMC, OEA, ALADI, etc
4. Embajadas y consulados en argentina, o bien argentinos en el exterior
5. Entidades privadas como cámaras y asociaciones empresariales o profesionales y fundaciones
6. Entidades y organismos de promoción a las exportaciones de otros mercados, ejemplo pro chile

Consideración global diapositiva 42

**Consideración local**

* Destinos elegidos por la oferta nacional
* Destinos preferidos por la competencia directa
* Principales compradores del producto estrella
* Clientes de montos apropiados a la oferta exportable
* Experiencias positivas, iniciativas de clientes, contacto casual
* Mercados externos atendidos por clientes locales
* Mercados con participación diversificadas de empresas nacionales
* Mercados con una evolución positiva en la participación históricos

Precios

Se determinan en función de

* costos
* mercado / demanda
* competencia