TP PPI-2

1. **Explique brevemente porque es necesario que una empresa que se decide a incursionar en los mercados internacionales, deba realizar un diagnostico integral empresario**

Es necesario que una empresa que se decide a incursionar en los mercados internacionales realice un diagnostico integral empresario porque esteva a permitir ver el potencial de la empresa relacionado con el comercio exterior, va a poderconocer las posibilidades de los productos de esta para competir internacionalmente, va a ayudar al empresario a comunicar sus ideas comerciales a personas ajenas a la empresa, como pedir un crédito en un banco, incorporar a un socio, etc.

También, permitirá planificar las actividades a emprender para alcanzar con éxito los objetivos propuestos, se podrán canalizar las potencialidades en beneficios superiores para la organización y justificar los cambios necesarios con argumentos consistentes. Sobretodo en comercio exterior que hay que explicar y ver el motivo de cada paso.

Hacer el diagnostico trae varias ventajas en su aplicación, como despertar un espíritu de grupo, hacer que la gente se siente comprometida con las soluciones. Da una estructura lógica a la problemática y es una manera muy eficiente en tiempo y recursos para encontrar problemas

Por ultimo, permite conocer los procesos operativos donde hay que trabajar con urgencia y proporciona datos para realizar una planificación.

1. **Confeccione un cuestionario correspondiente a un diagnostico integral empresario con al menos 5 preguntas cerradas de cada una de las siguientes áreas de la empresa (30 preguntas en total)**

* Producción:

¿Se puede aumentar la capacidad productiva?

¿En el caso que la respuesta sea si, habría que agregar un empleado mas?

¿Existen proveedores alternativos?

¿Nuestro producto está apto para el nuevo mercado?

En el caso de no estarlo. ¿Qué modificaciones habría que realizarle?

* Comercialización:

¿Tenemos actualmente trabajando en la empresa a un profesional en comercio exterior?

¿Contamos con algún contacto de transporte?

¿Trabajamos con algún agente aduanero?

¿Tenemos conocimientos del mercado al que estamos entrando?

¿Cuál es el medio de pago mas confiable?

* Organización y recursos humanos:

¿A quienes necesitamos contratar para comercializar al exterior?

¿Qué idiomas debe dominar la persona a cargo de esta operación?

¿Cuántas personas se necesitan para este trabajo?

¿Tenemos empleados capacitados en ventas?

¿Tenemos empleados disponibles para realizar viajes?

* Organización y sistemas de información

¿De qué manera podemos agilizar la comunicación interna de la empresa?

¿Qué medio de comunicación seria más eficiente utilizar (mensaje directo/correo/etc)?

¿El medio de comunicación utilizado actualmente, sirve para comunicarse a otro país?

¿Contamos con empleados que sepan hablar el idioma del país destino?

¿Deberíamos tener algún representante en el país destino?

* Situación económica-financiera:

¿Con que fondos contamos para tomar el riesgo de iniciar a comercializar con el exterior?

¿Qué opciones tenemos en temas bancarios para obtener colaboración?

¿Se podría vender a plazos, o tendría que ser operación de contado?

¿Deberíamos pedirles a nuestros proveedores que nos amplíen el plazo de pago?

¿Es conveniente el tipo de cambio actual para lograr precios competitivos?

* Planeamiento estratégico y objetivos:

¿A dónde nos dirigimos?

¿Cuánto material tenemos planeado exportar?

¿De qué forma nos queremos posicionar en el mercado?

En el caso de que funcione ¿Se podría abrir una planta en el destino?

¿Existe contacto actual con posibles compradores?

1. **Seleccione “y justifique en detalle” 10 preguntas de las anteriores, cuyas respuestas negativas, derivarían en ajustes impostergables para continuar con las siguientes etapas de internacionalización**

Producción:

* ¿Nuestro producto está apto para el nuevo mercado?

En el caso de no estarlo. ¿Qué modificaciones habría que realizarle?

Cada mercado tiene ciertas especificación que en el caso de querer continuar con las etapas de internacionalización el producto tendrá que cumplirlas. Para esto no solo hay que conocer el mercado al que se desea adentrar sino que habría que modificar del producto, lo cual requiere tiempo se tendrá que cambiar el proceso productivo para poder generar dicho producto. Un ejemplo puede ser los criterios de calidad, o si el producto cuenta con el embalaje/envase necesario para ser transportado internacionalmente

* ¿Existen proveedores alternativos?

Es importante contar con proveedores alternativos ya las empresas llegan a un mercado como resultado de un conjuntos de factores hasta llegar al cliente, siendo uno de los mas importantes el proveedor. De ocurrir una adversidad en el área de proveedores puede generar una gran perdida y retraso en el funcionamiento de la empresa lo que afecta directamente a la hora de hacer llegar el producto al cliente con las especificaciones requeridas (tiempo, calidad. etc), mas aun cuando en el comercio exterior se lidian con pedidos de gran tamaño

Comercialización:

* ¿Tenemos conocimientos del mercado al que estamos entrando?

Es esencial conocer el mercado al que deseamos entrar para poder estar preparados ante distintos obstáculos que se puedan presentar. Ya sea por razones políticas, económicas o comerciales. Hay que tener conocimiento del proceso y todos los requerimientos para poder hacer llegar nuestro producto al mercado(documentos, normas, certificados, etc), que prohibiciones nos pueden presentar barreras a la hora de entrar, que recursos necesitaremos para llevar todo a cabo y sin mencionar conocer la mente de los consumidores en el mercado al que apuntamos

Organización y recursos humanos:

* ¿Cuántas personas se necesitan para este trabajo?

La organización de recursos humanos es vital para que pueda operar eficientemente la empresa y como el proceso de internacionalización conlleva un gran aumento en la cantidad de tareas que se deben realizar dentro de la empresa, se debe considerar cuantas personas hay en esta, cuantas tareas son capaces de realizar, si están capacitadas para lograrlas y si es necesario la búsqueda de mas personal.

* ¿Tenemos empleados capacitados en ventas?

Esta pregunta en caso de ser negativa seria un ajuste impostergable ya que al no ser un mercado local se requieren vendedores que manejen el idioma del mercado meta (en caso de que se requiera) , no solo habría que capacitar a los vendedores con las especificaciones técnicas del producto sino también con el entorno y cultura en el cual se mueven los clientes. En caso de contratar vendedores en el mercado de destino, habría que buscarlos, contactarlos y capacitarlos, algo que requiere tiempo no solo por la diferencia geográfica sino el idioma

Organización y sistemas de información

* ¿De qué manera podemos agilizar la comunicación interna de la empresa?

Un manejo rápido y eficiente de la información es necesario para poder llevar acabo una gestión adecuada de la empresa y mas aun en una decisión importante como la que es llevar una empresa a internacionalizarse en la cual la cantidad de información se incrementa sustancialmente, por lo que hay que poner a día y desarrollar la manera que la comunicación se lleva a cabo dentro de la empresa

Situación económica-financiera:

* ¿Con que fondos contamos para tomar el riesgo de iniciar a comercializar con el exterior?

El proceso de internacionalización demandara de la empresa un esfuerzo económico y financiero, por lo tanto conocer el verdadero alcance de la empresa es importante para poder evaluar las posibilidades de esta para poder adentrarse en el comercio exterior

Planeamiento estratégico y objetivos:

* ¿A dónde nos dirigimos?

No se puede exportar o iniciar el proceso de exportación sin saber el mercado al que apuntamos, y para poder elegir un mercado se requiere de mucho análisis e investigación previa como por ejemplo

* + Recursos internos de la empresa
  + Conocer la competencia
  + Los riesgos que presenta para le empresa
  + La situación política y económica del mercado en destino
  + Situación de la empresa comprada con la competencia en términos de posicionamiento, precios
  + Potencialidad del mercado
  + Posibles obstáculos
  + Creencias culturales
  + Entre otras
* ¿Cuánto material tenemos planeado exportar?

Hay que tener conocimiento previo acerca de cual es la capacidad productiva de la empresa y cuanto se planea exportar para así saber si se pueden satisfacer los requerimientos del mercado externos, por ejemplo en temas de volumen o calidad

* ¿Existe contacto actual con posibles compradores?

Hay que desarrollar una estrategia comercial para poder captar la atención de los potenciales compradores y al encontrarse en otro país hay que buscar la mejor manera de poder establecer contactos con estos. Es una parte importante para poder avanzar con el proceso de internacionalización ya estos posibles clientes serán los beneficios para la empresa y se busca generar vínculos con ellos a largo plazo

1. **¿ en una empresa que ha cursado satisfactoriamente el diagnostico, contando con las capacidades necesarias para afrontar el desafío imperante, podrá suceder que el proceso de internacionalizarse quede truncado por razones internas? Justifique su respuesta**

Aun haciendo y cursado satisfactoriamente el diagnostico y contar con las capacidades necesarias para afrontar el desafío, puede pasar que el proceso de internacionalización quede truncado por ausencias de información interna de la empresa, dificultades para obtener y procesar la información interna y falta de objetividad en los niveles directivos.

El definir un problema, a su vez despierta expectativas de una solución y también se pueden provocar conflictos interpersonales.

Otro motivo por el cual el proceso de internalización se detenga puede ser el no querer ajustar a la empresa en aspectos imprescindibles para abordar los mercados internacionales como el desarrollo de las herramientas de comunicación, la incorporación de personal cualificado, la incorporación de un turno nuevo de producción, la mejora de los sistemas de comunicación y/o una redefinición de la visión.