

# La Internacionalización de las PYMES peruanas

Luis Enrique Méndez Cabezas

[lmendez@camexperu.org.pe](mailto:lmendez@camexperu.org.pe)

Seminario Miércoles del Exportador - PromPerú

14 de marzo de 2018

Lima, Perú

# Contenido

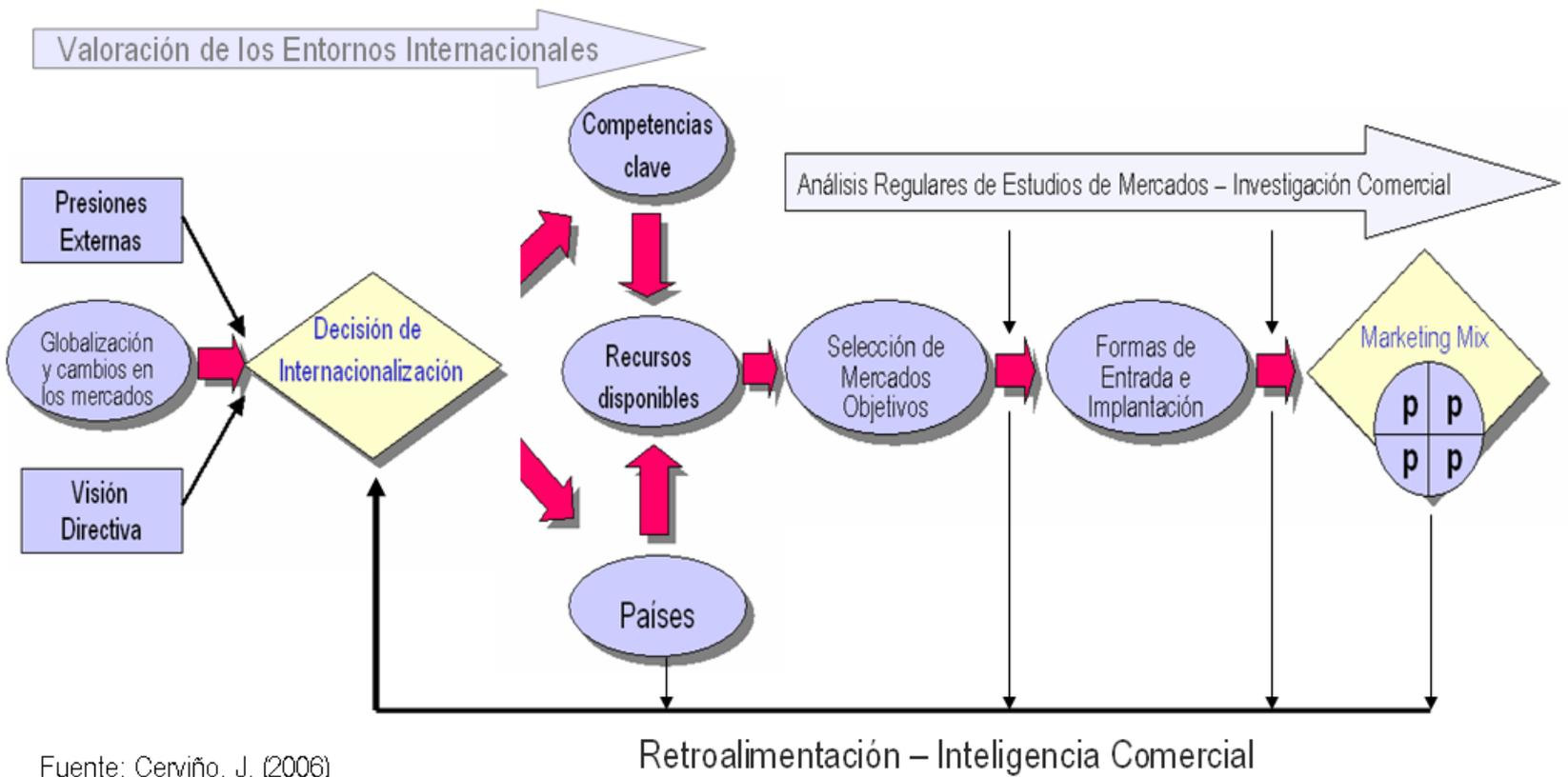
- Proceso de internacionalización de la Pyme
- Nuevas herramientas para la internacionalización
- Retos para la Pyme peruana
- Preguntas y debate

# Proceso de internacionalización

## Proceso de Internacionalización de Empresas



# PROCESO DE DECISIÓN DE INTERNACIONALIZACIÓN



Fuente: Cerviño, J. (2006)

# SELECCION DE MERCADOS

	EE.UU	CHILE	CANADA
<b>VARIABLE</b>			
Importaciones de brasieres 1998	1.040.823.000	14.439.833	71,760,344
Participación % del proveedor #1 de las importaciones	México (23%)	Colombia (31%)	México (32.5%)
Disponibilidad de transporte	Excelente	Bueno	Regular
Arancel General	17,3%	9%	20,5%
Arancel para Colombia	17,3%	0%	20,5%
Ingreso de la población	33.943	4.493	21.145
Información del mercado revisada	SI	SI	SI
	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>2</b>

La información analizada me sirve para formular un “Plan de Exportaciones” hacia EE.UU, en primer lugar y contemplar la posibilidad en el mediano plazo de incursionar en Canadá y Chile.

# Modelo de investigación de mercado

## ENCUESTA

### PRIMERA PARTE: DATOS DE SEGMENTACION

---

GENERO: \_\_\_\_\_ EDAD: \_\_\_\_\_ PREFERENCIAS: \_\_\_\_\_  
DISTRITO: \_\_\_\_\_ NSE: \_\_\_\_\_ CONSUME XX \_\_\_\_\_ FRECUENCIA: \_\_\_\_\_

---

### SEGUNDA PARTE: RECORDACION DE MARCA Y PARTICIPACION MERCADO

1. ¿Qué marcas de productos XX recuerda?
2. ¿Qué marcas de productos XX consume?

### TERCERA PARTE: FACTORES CRITICOS DE EXITO

3. ¿Mencione en orden de importancia 5 características que debe de tener producto XX que Ud. lo elija?

### CUARTA PARTE: MERCADO FACTIBLE

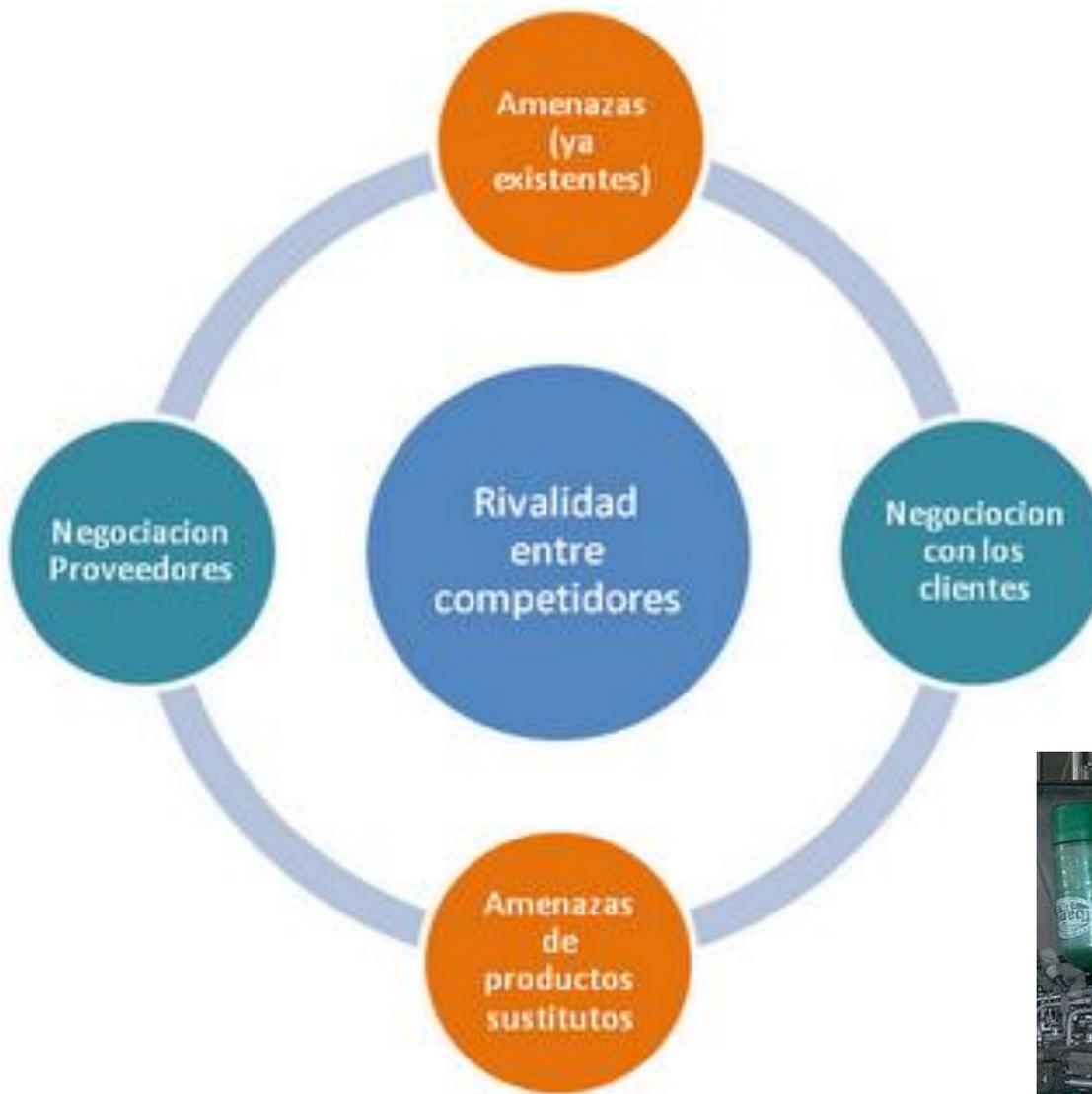
4. ¿Estaría dispuesto a comprar el producto XX?  
SI  NO

### QUINTA PARTE: MARKETING MIX

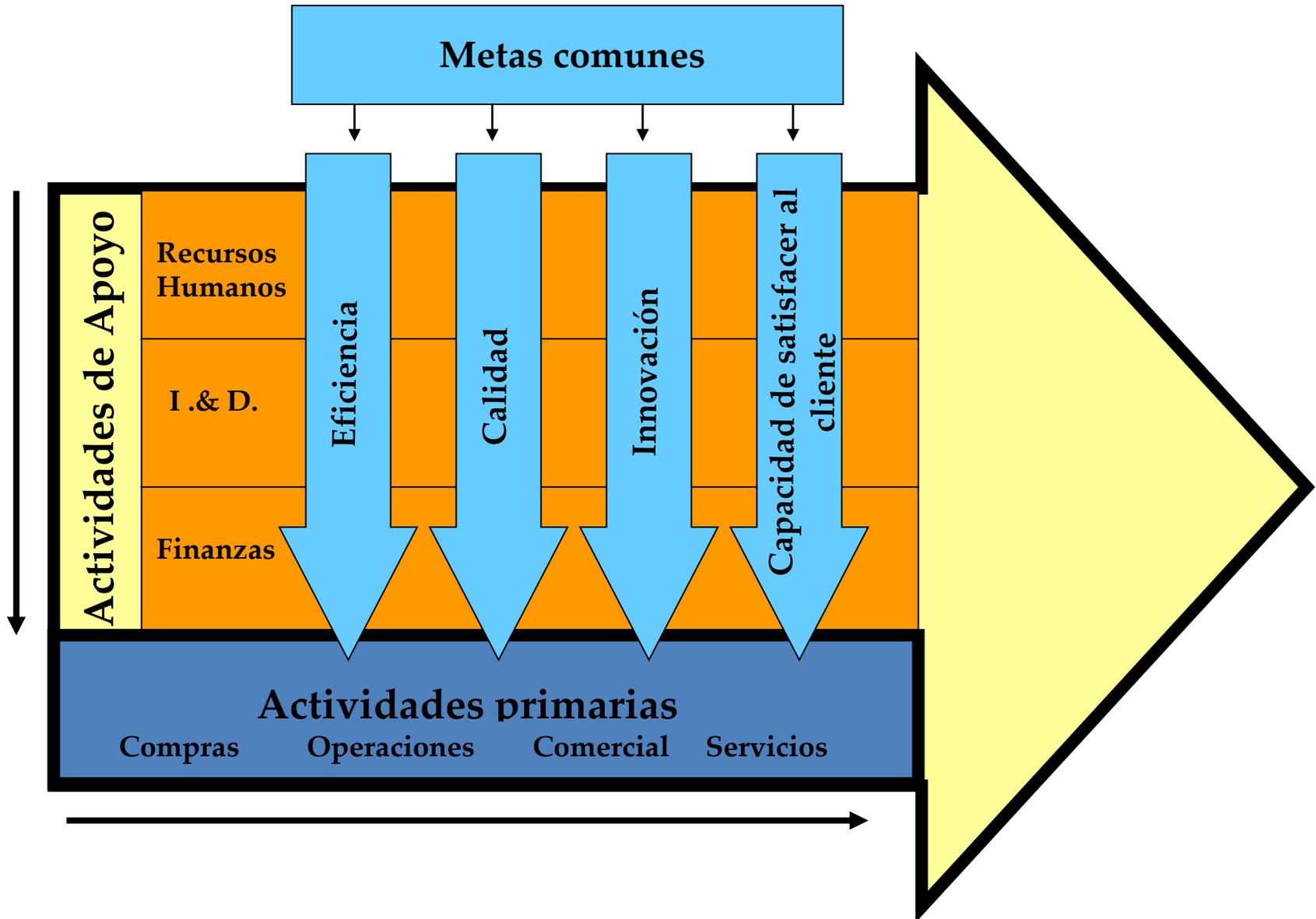
5. ¿Qué características considera que debe de tener XX, para que Ud. lo elija?
6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por XX?
7. ¿En qué medios se entera usualmente de productos como XX?
8. ¿En qué lugares usualmente Ud. compra productos XX?

Gracias por su paciencia.

# Análisis del Sector – 5FC Porter



# Cadena de Valor



# Ventaja Competitiva

**VENTAJA  
COMPETITIVA**

**DIFERENCIACION**



**BAJO COSTO**



# Cálculo básico necesidades gastos en salida exportación (S/. anual)

## 1. Organización Directiva y de Ejecución

1.1 Personas Adecuadas

1.2 Equipo de Dirección

## 2. Características del Proceso

2.4 Adaptación Producto

| Características Básicas

| Formas y Presentaciones

| Envase y embalaje

| Etiquetado

| Homologaciones / Certificaciones

2.7 Plazo Entrega

2.8 Complejidad Proceso de Decisión

2.9 Plazo de Pago

2.10 Instrumento de Pago

2.11 Longitud Cadena de Distribución

**CALCULO COSTE MÍNIMO SALIDA**

## 3. Datos Básicos

3.1 Nivel de Facturación

3.2 Nivel Exportación Previsible

# branding

Los consumidores se volcarán al comprar el producto si lo maneja correctamente

# Identidad de Marca

80%

de las percepciones emocionales  
son generadas **¡Visualmente!**

# Marketing mix: estrategias de marketing

PRECIO	PLAZA	PRODUCTO	PROMOCION
Penetración	Canal corto	Central	<b>Promoción</b>
Descreme	Canal largo	Real	Cupones
Psicológicos	Canal directo	Ampliado	Sorteos
Descuento	Multicanal	Masivos	Conjuntas
Basado costo,	Pull	Conveniencia	Programas
valor, competencia	Trademarketing	Especialidad	fidelidad
Por línea productos	Intensivo	Extensión línea	Marketing directo
Producto opcional	Selectivo	Extensión marca	Viral
Producto cautivo	Exclusivo	Multimarca	<b>Publicidad</b>
Por paquete	Telemarketing	Marca nueva	Radio
Segmentados	Internet	Ciclo de vida	TV
Promocionales	Agente	Nuevos productos	Prensa
Geográficos	Cobertura	Desarrollo Marcas	Mailing
Internacionales	Ubicación	Gestión empaque	Relaciones
Dinámicos	Inventario	Licencias	públicas
Facilidades pago	Transporte	Marcas conjuntas	Buzz

# Nuevas herramientas para la internacionalización empresarial

## Adex: Más de 1,200 industrias peruanas dejaron de exportar entre enero y abril

Los sectores en los que se observa un aumento de las empresas que dejan de exportar son la siderometalurgia y la metalmecánica.

[in](#) Compartir[f](#) Compartir[G+](#) Compartir

### Anuncios de interés



#### ¡PROTEGE DESDE TU CELULAR!

Monitorea y escoge las zonas de tu hogar a proteger desde tu celular. ¡Hoy 40% dscto +mando a distancia GRATIS!

[www.verisure.pe](http://www.verisure.pe)

Más información



Señaló el director de Capechi, Miguel Gálvez

# “El 38% de las empresas agrícolas peruanas que exportan a china dejan de hacerlo al año siguiente”

Enviar

Imprimir



## GESTIÓN

Suscríbete

[Economía](#) • [Portada](#) • [Tendencias](#) • [Tu Dinero](#) • [Gestión TV](#) • [Blogs](#)



CONTENIDO EXCLUSIVO: EDICIÓN IMPRESA

## El 80% de empresas exportadoras en Perú es pyme y representa solo 1.7% de envíos, según Cepal

Peru Summit 2014. El director de la División de Comercio Internacional e Integración de Cepal, Osvaldo Rosales, afirmó que el 46% de las pymes exporta un solo producto y a un solo destino.

1. Comenzar creando empresa local y posicionando marca
2. Para ingresar al mercado internacional debes tener precios más bajos de las empresas que compiten, volumen producción, certificaciones y capital de trabajo
3. La investigación de mercados inicia de afuera hacia adentro. Debemos viajar más, conocer mejor nuestros competidores
4. Es posible crear empresas en el exterior para reducir los costos de intermediación
5. Debemos trabajar en racimos, tener network
6. Las tecnologías han reducido todas las distancias y pueden estar a tu favor o en tu contra
7. Ferias internacionales, gestionar el outsourcing, tener gestión de conocimientos
8. No desesperarse. Las empresas de éxito lo han logrado en no menos de 8 años a menos que seas disruptivo
9. Los mercados internacionales buscan precios, precios y precios

# Retos para las Pymes

# EL IMPACTO DE LA TECNOLOGÍA EN EL MUNDO DE CAMBIOS



Truchas de 25 Kilos



Zanahorias redondas



Reproducción de órganos



Nabos de 2 metros

# EL IMPACTO DE LA TECNOLOGÍA EN EL MUNDO DE CAMBIOS



- Hace 100 años, el 75% de la población USA vivía del campo, hoy solo el 2% vive del campo y producen 25 veces más.

# AMAZON: EL IMPACTO DE LA TECNOLOGÍA EN EL MUNDO DE CAMBIOS

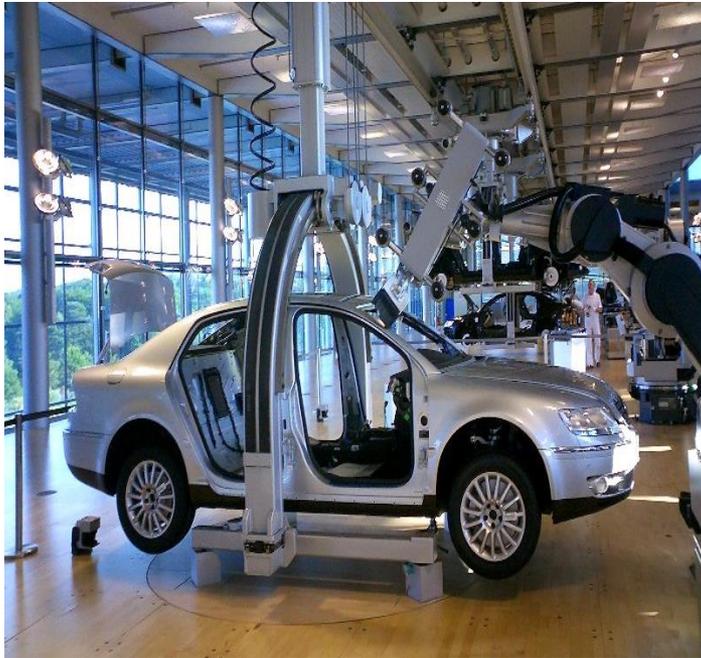


## INGRESOS (en Millones de US\$)

AÑO	AMAZON	Barnes & Noble	eBay
2012	61,093	7,129	14,072
2011	48,077	6,998	11,652
2010	34,204	5,810	9,156
2009	24,509	5,811	8,727
2008	19,166	5,122	8,541
2007	14,835	5,411	7,672

- Librería virtual: 2,500,000 títulos en todos los idiomas
- Las estadísticas muestran que en los últimos tres meses por cada 100 libros físicos vendidos, se han vendido 143 libros electrónicos (Amazon Kindle, y las aplicaciones para el iPad y iPhone para leer libros que está vendiendo Amazon)

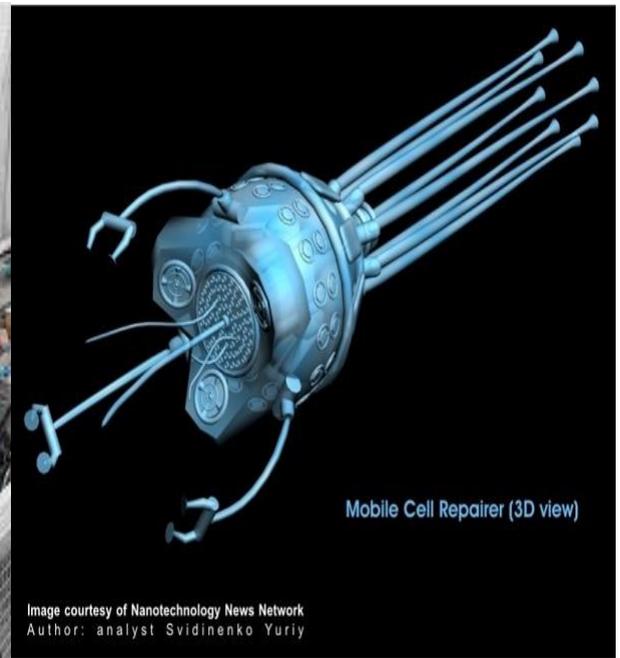
# EL IMPACTO DE LA TECNOLOGÍA EN EL MUNDO DE CAMBIOS



Robot en la línea de ensamblaje



Robot de uso industrial



Nano Robot

# EL IMPACTO DE LA TECNOLOGÍA EN EL MUNDO DE CAMBIOS



Autos Voladores



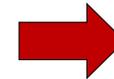
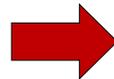
Jet Pack

# BANCA VIRTUAL



¿DESAPARECEN  
MONEDAS Y  
BILLETES?

- Transferencias
- Pago de Servicios
- Pago de Letras
- Pago de Créditos
- Factoring
- Giros
- Compras



# TELÉFONOS INTELIGENTES

- Los marketeros están viendo en los teléfonos inteligentes una gran oportunidad para usarlos como vehículos de promoción de ventas;



NOKIA  
888



- Los mensajes cortos distribuidos por teléfono móvil (SMS), son “abiertos” por el 97% de los receptores (personas) y tienen respuestas de doble dígito;

- Se estima que en EEUU transitan cada día 5,000 millones de mensajes de texto por telefonía móvil. Los quinceañeros son fanáticos de los mensajes de texto, se estima que uno de cada tres envía más de 100 mensajes/día, ó 3,000 textos al mes



# EL IMPACTO DE LA TECNOLOGÍA EN EL MUNDO DE CAMBIOS



▪ Realidad Virtual



▪ Circuitos Cerebrales



New York

Londres

- Cirugías y Operaciones a Distancia

*“En 10 años, la expectativa de vida crecerá un (1) año por cada año que pase”*

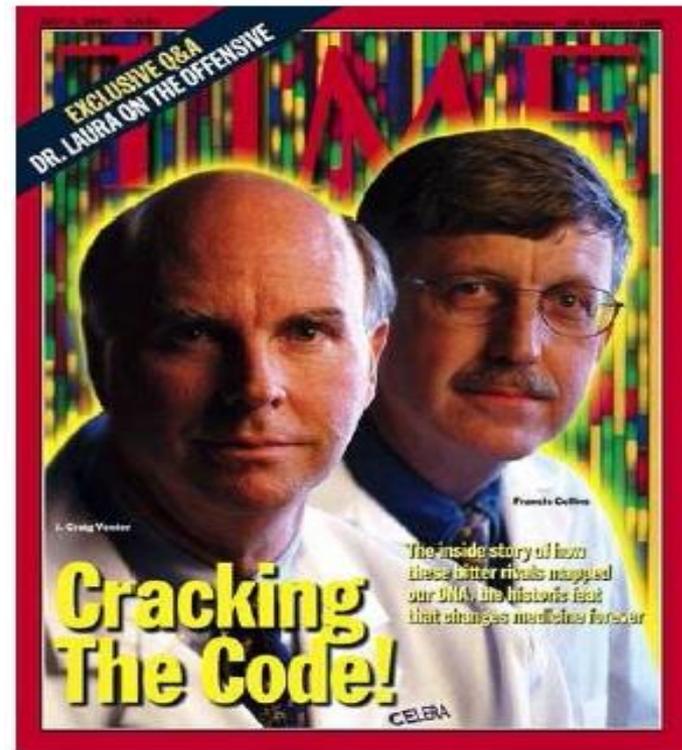
# EL IMPACTO DE LA TECNOLOGÍA EN EL MUNDO DE CAMBIOS

## Científicos que descifraron el mapa genético del ser humano (ADN)

- Las células de vida
- Fotosíntesis
- $\text{CO}_2 + 2 \text{H}_2\text{O} + \text{luz} \rightarrow (\text{CH}_2\text{O}) + \text{O}_2 + \text{H}_2\text{O}$
- Desde hidrocarburos de fósiles hasta carbohidratos vivos
- Craig Venter y su bacteria de petróleo
- Bacteria *Clostridium acetobutylicum* produce etanol naturalmente
- Bacteria *Petroleum artificiali* produce “gasolina”

Fuente: “The Millennium Project” American Council for the United Nations University

## CRAIG VENTER AND FRANCIS COLLINS



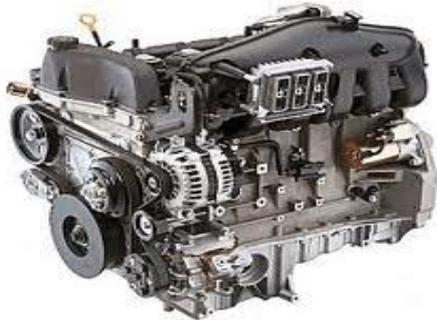
ANUNCIO: Van a dedicarse a tiempo completo a convertir agua en petróleo

# CAMBIO DE ERA



## ANTES:

- Era de la agricultura  
Recurso clave: “Tierra”



- Era de la industria  
Recurso clave: “Máquinas”

## HOY:

- Era de la información  
Recurso clave:  
“La Información y el Conocimiento”

“POR PRIMERA VEZ EL RECURSO CLAVE DE ÉXITO: ES INMATERIAL”



# III. GLOBALIZACIÓN

”Las formas de pensar y actuar están cambiando de local a universal”.



YAHOO! Mail

Google™  
Mail BETA

EMPRESA

**AJEGROUP**

 <b>AJECEN</b> <small>del Sur</small>	 <b>AJECUADOR</b>
 <b>AJEMAYA</b>	 <b>AJEMEX</b>
 <b>AJEPER</b>	 <b>AJETHAI</b>
 <b>AJEVEN</b>	



UNIQUE



TIENDA VIRTUAL

Productos seleccionados para ofrecerle la mejor calidad.



Donde comprar es un placer

# LA IMPORTANCIA DE UNA VISIÓN: AJEGROUP

## VISIÓN:

- Ser el 3% del consumo mundial de gaseosas

## PRESENCIA:

- Perú, Ecuador, Colombia, Venezuela, Centroamérica, México, Tailandia, Malasya, Vietnam, India

## LOCALIZACIÓN EN LA INDIA:

- Estado de Maharashta (cerca de Mumbai) – 45 millones habitantes

## PRODUCTO Y PRECIO:

- Botella más grande y precio más bajo

## PROMOCIÓN:

- Ajegroup firmó acuerdo por 2 años para ser auspiciador de la Federación Inglesa de Fútbol (FA) y extender su auspicio al torneo de la FA Cup.
- En el 2010 AJEGROUP firmó un auspicio con el club de fútbol Barcelona



# IV. CENTRO DE APRENDIZAJE ORGANIZACIONAL

(LEARNING ORGANIZATION CENTER)

*“El avance de la tecnología hace que la información fluya a través de las paredes”*



*“En el futuro la competitividad no será por ocultamiento de información valiosa, sino por calidad de producto y servicio”*



*“El éxito ó el fracaso de una Empresa está en manos de los consumidores, ellos experimentarán y hablarán de nosotros... **sin nosotros**”*



*“Las Empresas tienen éxito cuando los consumidores adquieren los bienes y servicios de la Empresa y quiebran cuando pierden la confianza de los consumidores”*

# V. INCLUSIÓN DE MUJERES Y JÓVENES



- *Michelle Obama*
- *Ximena Ruiz Rojas*
- *Rosita Hurtado*
- *Magaly Solier*
- *Nadine Heredia*



- *Gastón Acurio*
- *Sergey Brin y LarryPage*

# VI. EL APRETÓN EN EL MEDIO...

## MEGA EMPRESA



- **Fusiones**
- **Adquisiciones**
- **Absorciones**

## EMPRESA BOUTIQUE

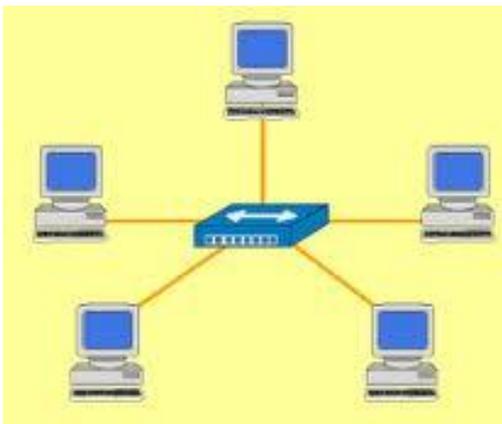


- **Servicios Específicos**

## EMPRESA EN RED



**PECSA**



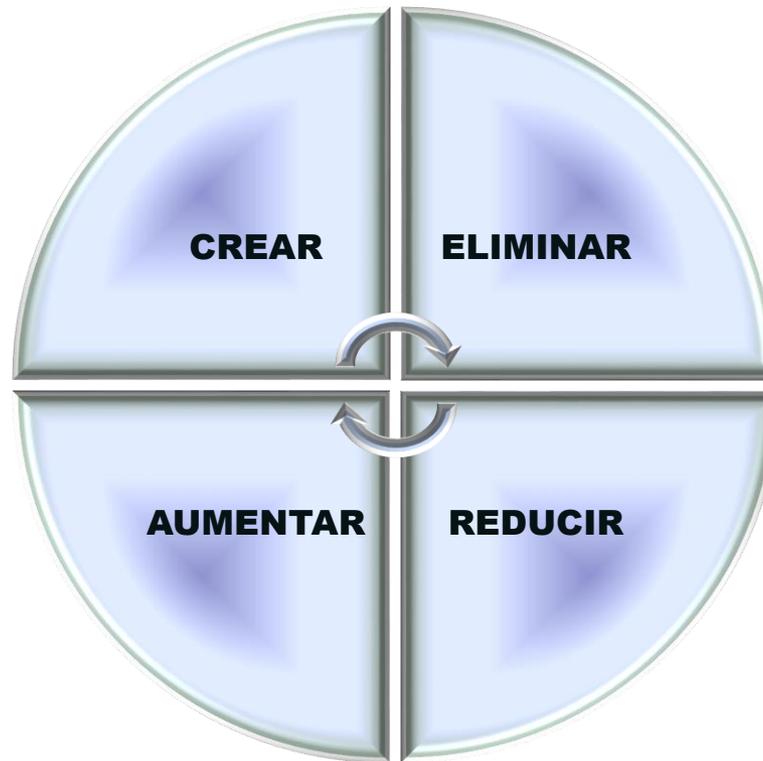
- Conjunto de empresas privadas de capitales peruanos, conformada por las empresas Peruana de Combustibles S.A., Peruana de Petróleo S.A.C., Peruana de Estaciones de Servicios S.A.C., y Peruana de Gas Natural S.A.C., que por su trayectoria se ha consolidado como uno de los principales grupos de distribución y comercialización de combustibles y derivados de hidrocarburos en el Perú.
- Cuentan con una eficiente y descentralizada organización que les permite distribuir sus productos a todo el país, llegando a más de 90 ciudades con la misma calidad y servicio orientados a la satisfacción de los clientes.
- Actualmente, PECSA es la empresa peruana privada mayorista en combustibles de mayor crecimiento y expansión.



# VIII. SALIR DE LOS OCÉANOS ROJOS Y BUSCAR OCÉANOS AZULES

**INNOVACIÓN POR VALOR**

En los 70s la banca no ofrecía créditos a las personas de los estratos B, C, D y E (Océano Azul)

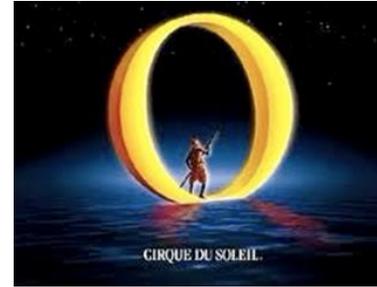


Hoy existen 195 IFIs que compiten. (Océano Rojo)

# CIRQUE DU SOLEIL

## CREAR

- Un tema
- Un ambiente refinado
- Múltiples producciones
- Música y danza artística



## AUMENTAR

- Un solo escenario

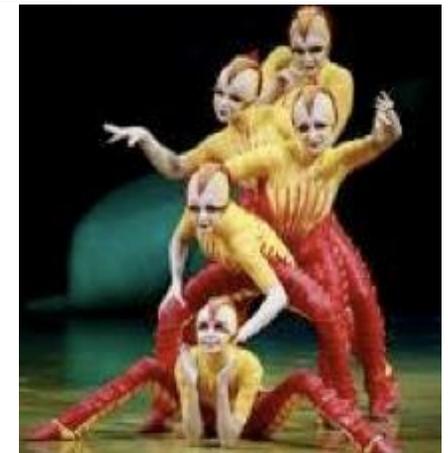


## ELIMINAR

- Las estrellas
- Los espectáculos con animales
- Las concesiones en los pasillos
- Las pistas múltiples

## REDUCIR

- La diversión y el humor
- El suspenso y el peligro



# IX. LA INNOVACIÓN EMPRESARIAL

- “Innovar es crear lo que no existe”
- “Innovar es convertir conocimiento en dinero”
- “Innovar es crear valor”
- Ejemplos de Innovación: Cronut, Chupa Chups, Tata Nano y Salmón



- Pregunta: ¿Qué porcentaje del EBITDA proviene de innovación realizada en los últimos 5 años?

# TATA NANO

## HISTORIA:

Ratan Tata tuvo una visión: “producir un automóvil pequeño y al alcance de poblador común”.

El proyecto para crear este automóvil se inició en el 2003, y salió a la venta en el 2009 a un precio de US\$ 2,500.

## ESTRATEGIA:

Proveer a la población india, saturada de vehículos de dos ruedas, de un automóvil; basándose en el éxito de la marca por la producción de la camioneta Ace en mayo de 2005.

Durante el desarrollo, la compañía reinventó y minimizó el proceso de manufactura, se hizo un diseño innovador, y se pidió a los fabricantes de componentes que buscaran trabajos ya hechos para producir soluciones sencillas y lógicas.

## BAJO PRECIO:

El bajo costo del Tata Nano se debe a que:

- No existen elementos de confort.
- La versión del mercado indio carece de sistemas de seguridad; el Nano para el mercado europeo sí los llevará.
- Presencia de una gran cantidad de plástico en lugar de planchas de metal.
- Uniones de chasis remachadas en lugar de soldadas.
- Bajo precio de la mano de obra en India.

# TATA NANO

## DISEÑO:

El automóvil fue diseñado en Italia por I.DE.A. Institute, con Ratan Tata dirigiendo y ordenando cambios en el proceso (como reducir el número de limpiaparabrisas de dos a uno).

El interior del Nano es un 21% más grande y un exterior un 8% más pequeño que el de su rival más próximo, el Maruti 800.

Su ancho es 1.5 metros y su largo es 3.1 metros, carrocería de aluminio, puertas de plástico reelaborados, un motor trasero de 650 centímetros cúbicos y 33 caballos de fuerza, conduce a 4 ocupantes alcanzando los 80 Km/hora.

## MERCADO LATINO:

El ingeniero Federico Defranco ha sugerido a la empresa Tata una versión plegable del Tata Nano que podría tener gran impacto en el mercado de América Latina.

## VENTAS:

En el 2012 se vendieron 74,545MM autos, un incremento del 18% comparado con el 2011.



# INKAFARMA

**EDAD:**

- 15 años (Hoy 22 años)

**NRO LOCALES:**

- 401 locales (Hoy son 582 locales: 270 en Lima y 312 en provincias)

**TAMAÑO:**

- 30% del mercado

**VALOR AGREGADO:**

- US\$ 382 MM



# X. LOS NUEVOS CONSUMIDORES GLOBALES

- Aprovechar esta oportunidad implica gestionar correctamente el proceso de “Enriquecimiento de las personas (Trading Up)”
  - Experiencias, no productos ni servicios
  - Lujo asequible
  - Tecnología
  - Productos alimenticios para una vida más sana
  - Marca diferenciada





GLOBALIZACIÓN



INTERNET



MERCADOS: EXPERIENCIA



NUEVO CONSUMIDOR

rankings

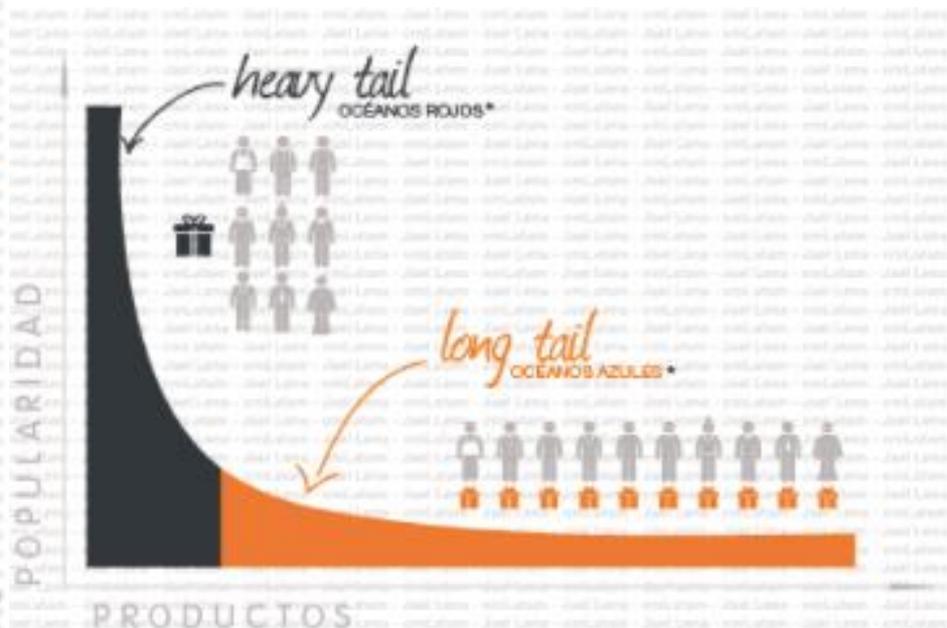
comentarios

precio/calidad

a medida

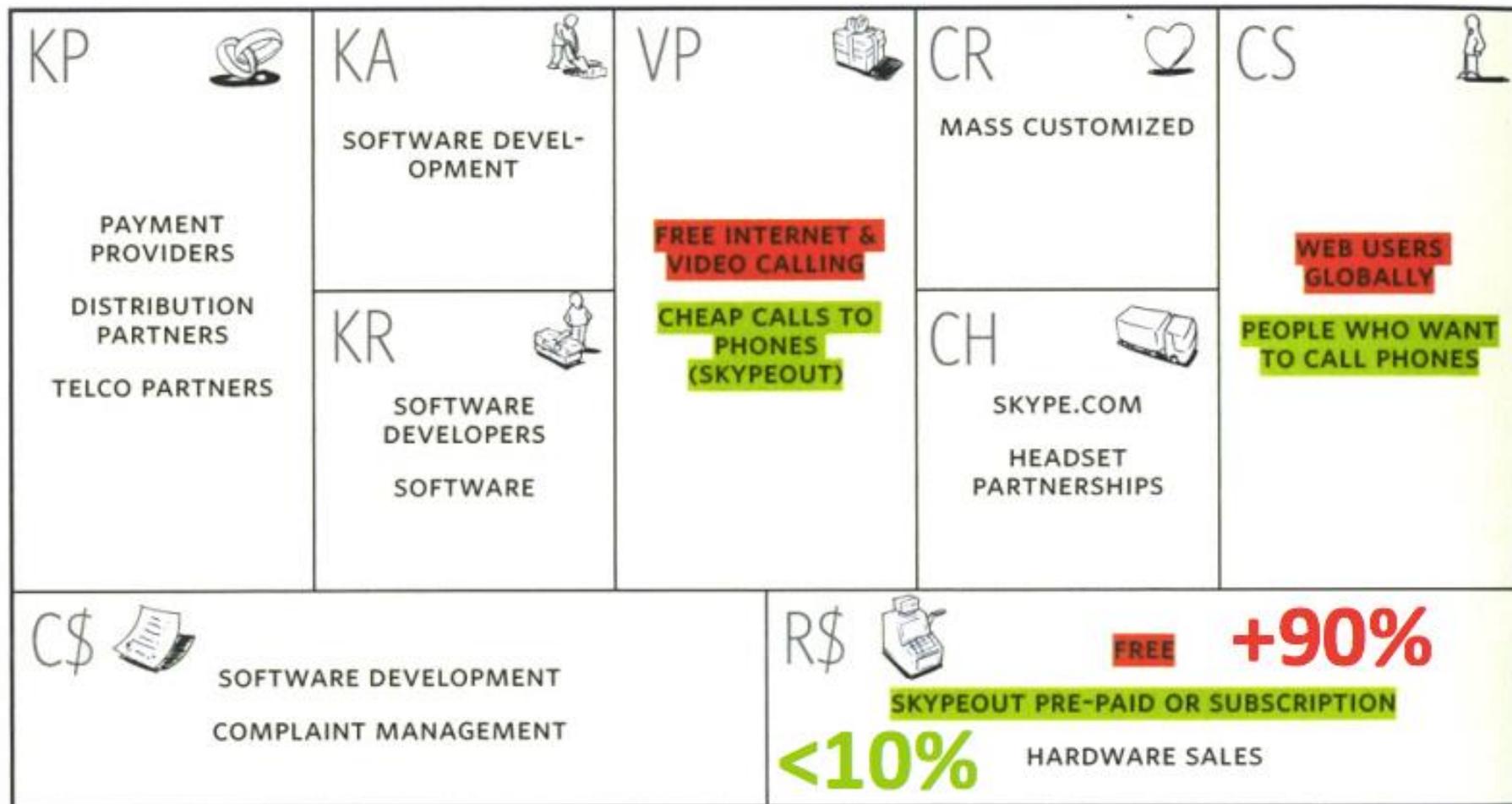
VELOCIDAD compromiso ATENCIÓN diseño INNOVACIÓN confiabilidad EXCLUSIVIDAD  
originalidad PROMOCIONES veracidad COMUNICACIÓN simplicidad DIVERSIDAD

CONSUMIDORES DIVERSOS



\* La estrategia del océano azul - Chan Kim y Renée Mauborgne - 2008

# Modelo Freemium





## No te pierdas la oportunidad de Crear tu TIENDA VIRTUAL en solo un click

Empieza a vender por internet con tu propia tienda online CAMEX y VISA te brindan la oportunidad de crear tu tienda virtual de manera exitosa.

Te brindamos 15 días gratis para que puedas implementar tu tienda virtual y no necesitarás de un diseñador.

Digitaliza tu negocio y no pierdas más clientes!!!!

### ¿Podemos ayudarte?

Si necesitas mayor información y asesoría personalizada, escríbenos al correo electrónico: [sluna@camexperu.org.pe](mailto:sluna@camexperu.org.pe), o llámanos al: 01 442 1252.

[REGISTRATE AQUI >](#)





 VIDEOS  SILABO

### Consultor Junior



 VIDEOS  SILABO

### Consultor Senior



 VIDEOS  SILABO

### Analista de Comercio Exterior



 VIDEOS  SILABO

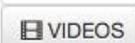
### Importaciones



 VIDEOS  SILABO

### Liquidador y Sectorista Aduanero



 VIDEOS  SILABO

### Gestión Estratégica de Exportaciones



 VIDEOS  SILABO

### Broker Internacional



 VIDEOS  SILABO

### Gestión de Aduanas



 VIDEOS  SILABO

### Regímenes Aduaneros



 VIDEOS  SILABO

### Planeamiento Estratégico



 VIDEOS  SILABO

### Importación de China



**ASOCIACIONES PRODUCTIVAS**

**CAPACITACIONES**

**INNOVACIONES**



**EMPRESAS PRIVADAS**

**PLATAFORMA PLANES DE NEGOCIO**  
<http://www.plan.org.pe/>

**FINANCIAMIENTO**



**INSTITUCIONES PÚBLICAS**

**BECAS**

**INTERNACIONALES**





# Concurso PARA LA MEJORA DE LA CALIDAD

Cofinanciamos proyectos de apoyo a las actividades asociadas a la obtención de certificaciones de sistemas de gestión, de proceso o de producto que permitan a las empresas mejorar su productividad y acceder a nuevos mercados.



Concursos para **Emprendedores**

Concursos para **Empresas**

Concursos para **Instituciones del Ecosistema**

Concursos del **Reto Bio**

# Elegibilidad

- Ficha RUC
- Estados financieros
- Ficha literal
- Vigencia de poderes
- Estatutos
- Análisis de riesgos (Infocorp, Sentinel)
- Plan de negocios
- Proyecto social

# Tips

- Team “A”
- Componentes de: innovación, medio ambiente, reciclaje, niñez, pobreza, genero
- Si pides “x” soles debes administrar “x” soles
- Línea Base
- Sostenibilidad en el tiempo
- Cofinanciamiento
- Aliados estratégicos

No seas tímido.  
Preguntas y debate

Muchas Gracias

Luis Enrique Méndez

[lmendez@camexperu.org.pe](mailto:lmendez@camexperu.org.pe)



[lemendez@hotmail.com](mailto:lemendez@hotmail.com)