

La Internacionalización de las PYMES peruanas

Luis Enrique Méndez Cabezas

lmendez@camexperu.org.pe

Seminario Miércoles del Exportador - PromPerú

14 de marzo de 2018

Lima, Perú

Contenido

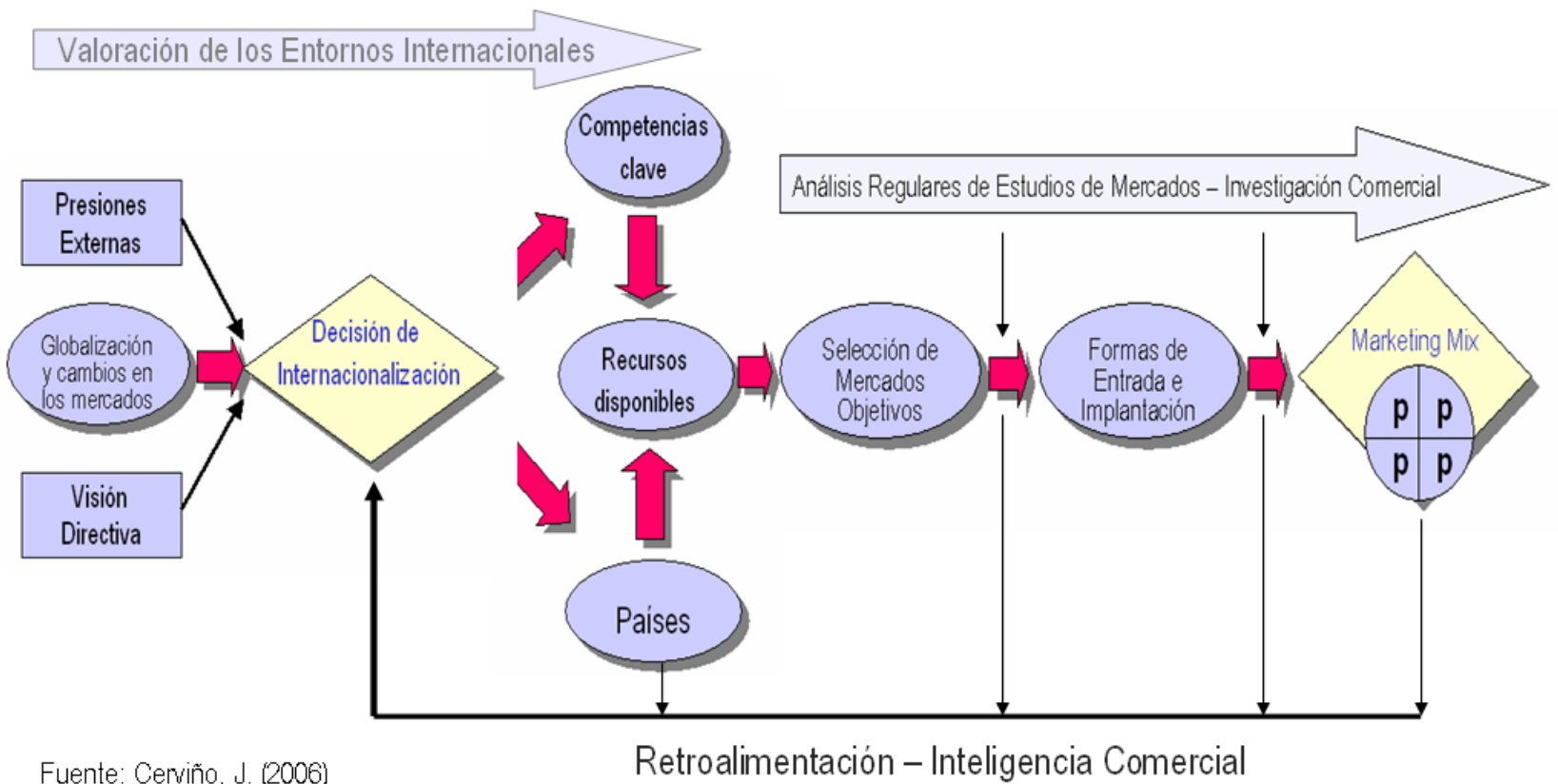
- Proceso de internacionalización de la Pyme
- Nuevas herramientas para la internacionalización
- Retos para la Pyme peruana
- Preguntas y debate

Proceso de internacionalización

Proceso de Internacionalización de Empresas



PROCESO DE DECISIÓN DE INTERNACIONALIZACIÓN



Fuente: Cerviño, J. (2006)

SELECCION DE MERCADOS

	EE.UU	CHILE	CANADA
VARIABLE			
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
	1	3	2

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

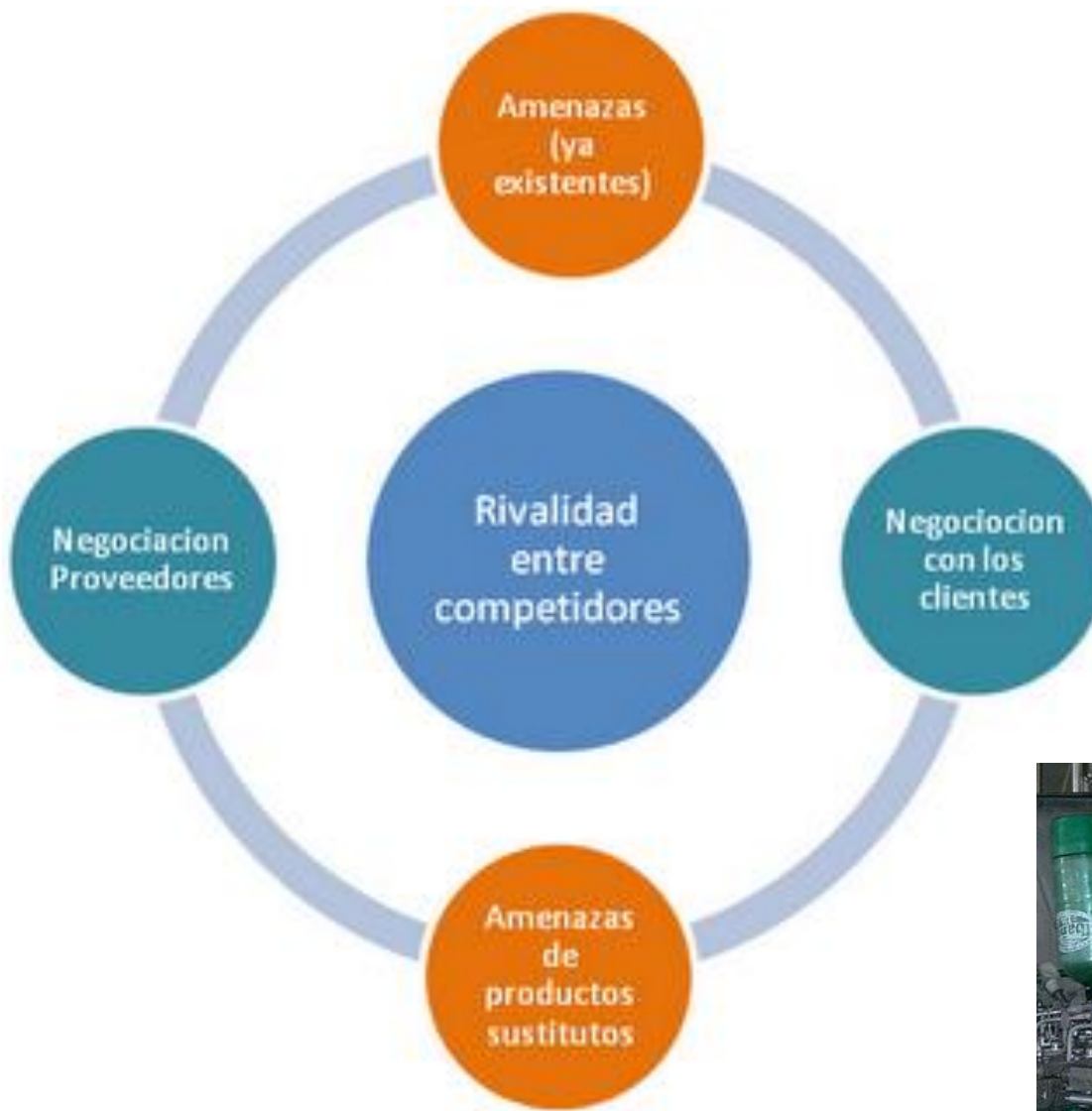
4. ¿Estaría dispuesto a comprar el producto XX?
SI NO

QUINTA PARTE: MARKETING MIX

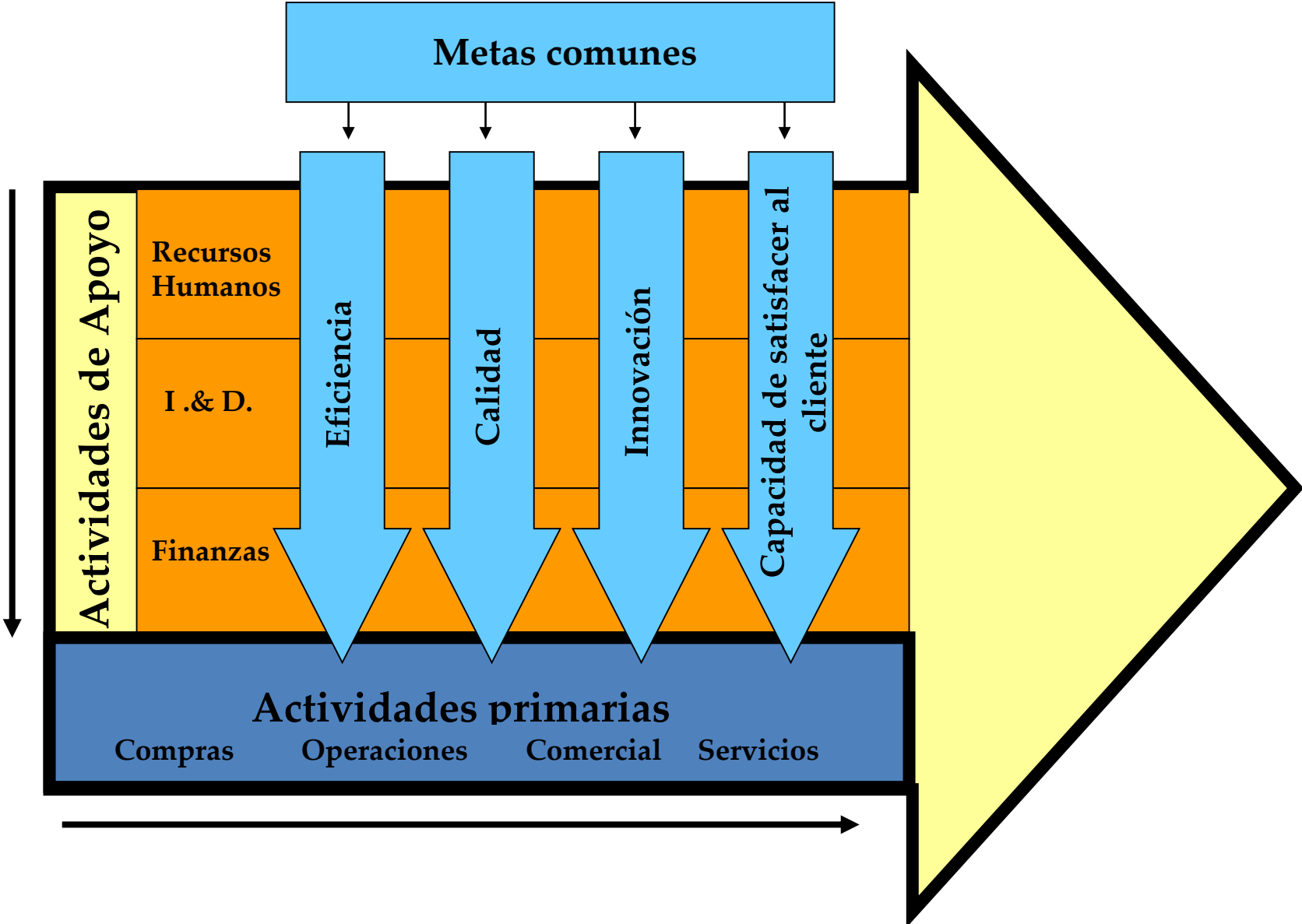
5. ¿Qué características considera que debe de tener XX, para que Ud. lo elija?
6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por XX?
7. ¿En qué medios se entera usualmente de productos como XX?
8. ¿En qué lugares usualmente Ud. compra productos XX?

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	Promoción
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	Publicidad
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

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)

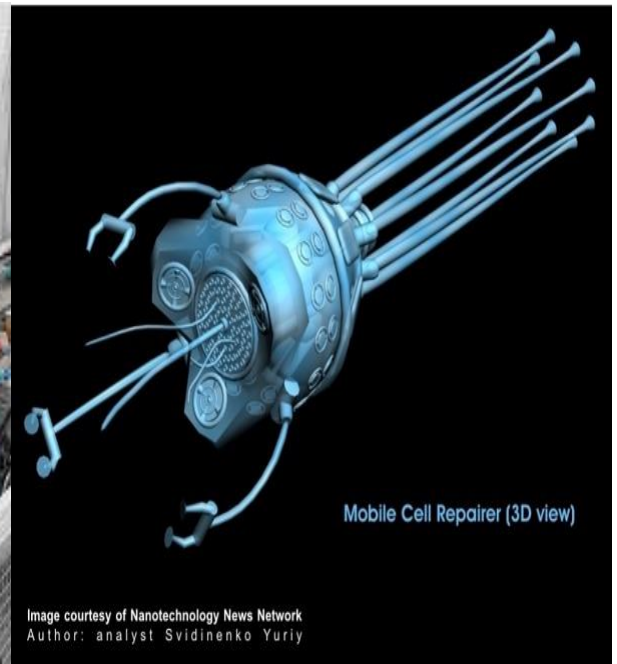
EL IMPACTO DE LA TECNOLOGÍA EN EL MUNDO DE CAMBIOS



Robot en la línea de ensamblaje



Robot de uso industrial



Nano Robot

EL IMPACTO DE LA TECNOLOGÍA EN EL MUNDO DE CAMBIOS



Autos Voladores



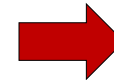
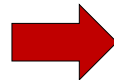
Jet Pack

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”

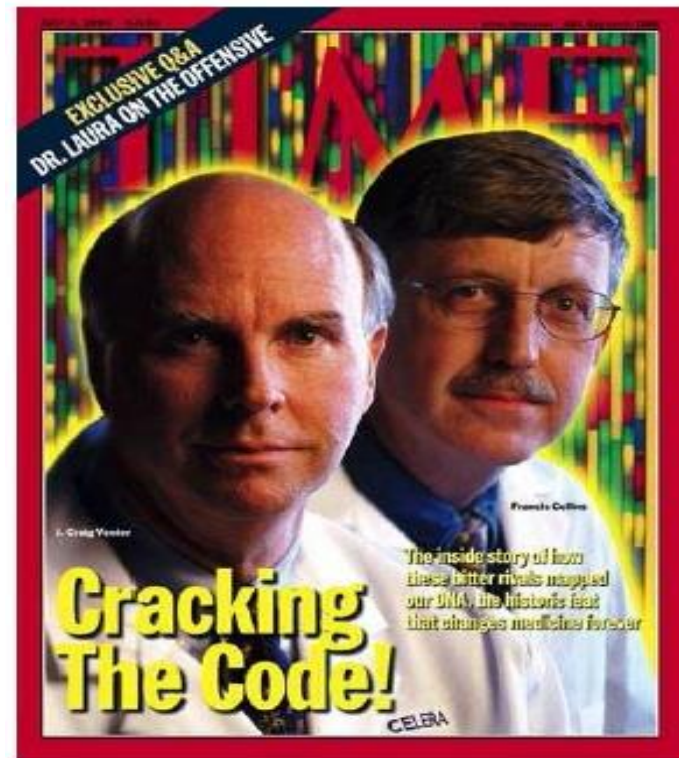
EL IMPACTO DE LA TECNOLOGÍA EN EL MUNDO DE CAMBIOS

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

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



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

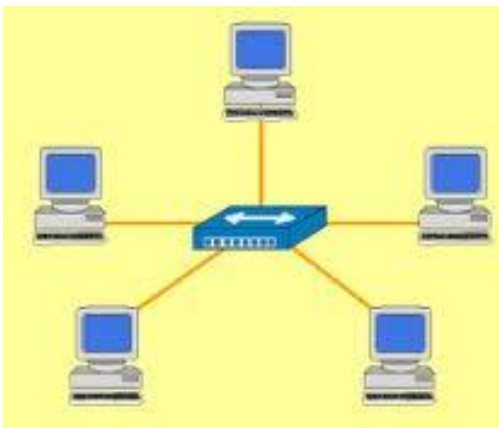


- **Servicios Específicos**

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.

VII. TERCERIZACIÓN

BUSINESS

(CORE)

“Dedicar el 100% del tiempo al objetivo del negocio”



Conservas Florida



Machu Picchu/Sublime



Britt/Chocolates

TERCERIZACIÓN

SEGURIDAD



LIMPIEZA



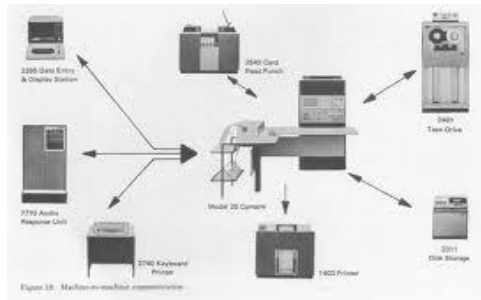
CONTABILIDAD



AUDITORÍA INTERNA



SISTEMAS



RECURSOS HUMANOS

EMPLOYEE	NAME	DATE	STATUS	...
1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30

PRODUCCIÓN



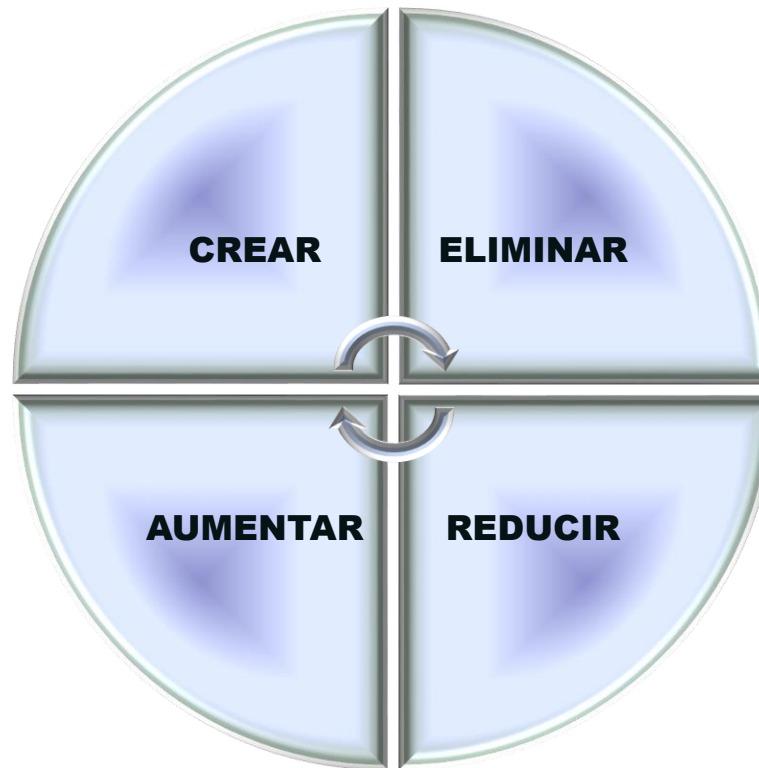
LOGÍSTICA



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 

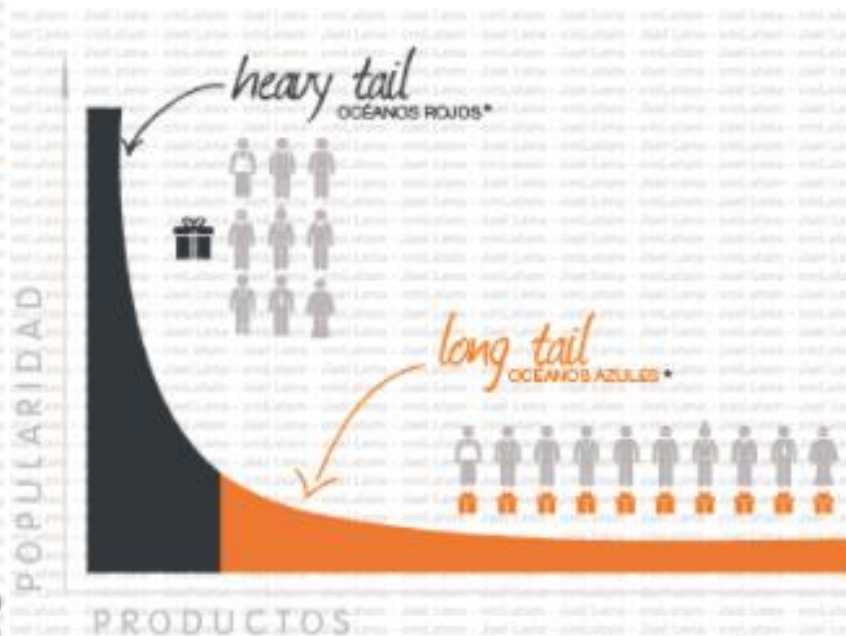
comentarios 

precio/calidad 

a medida 

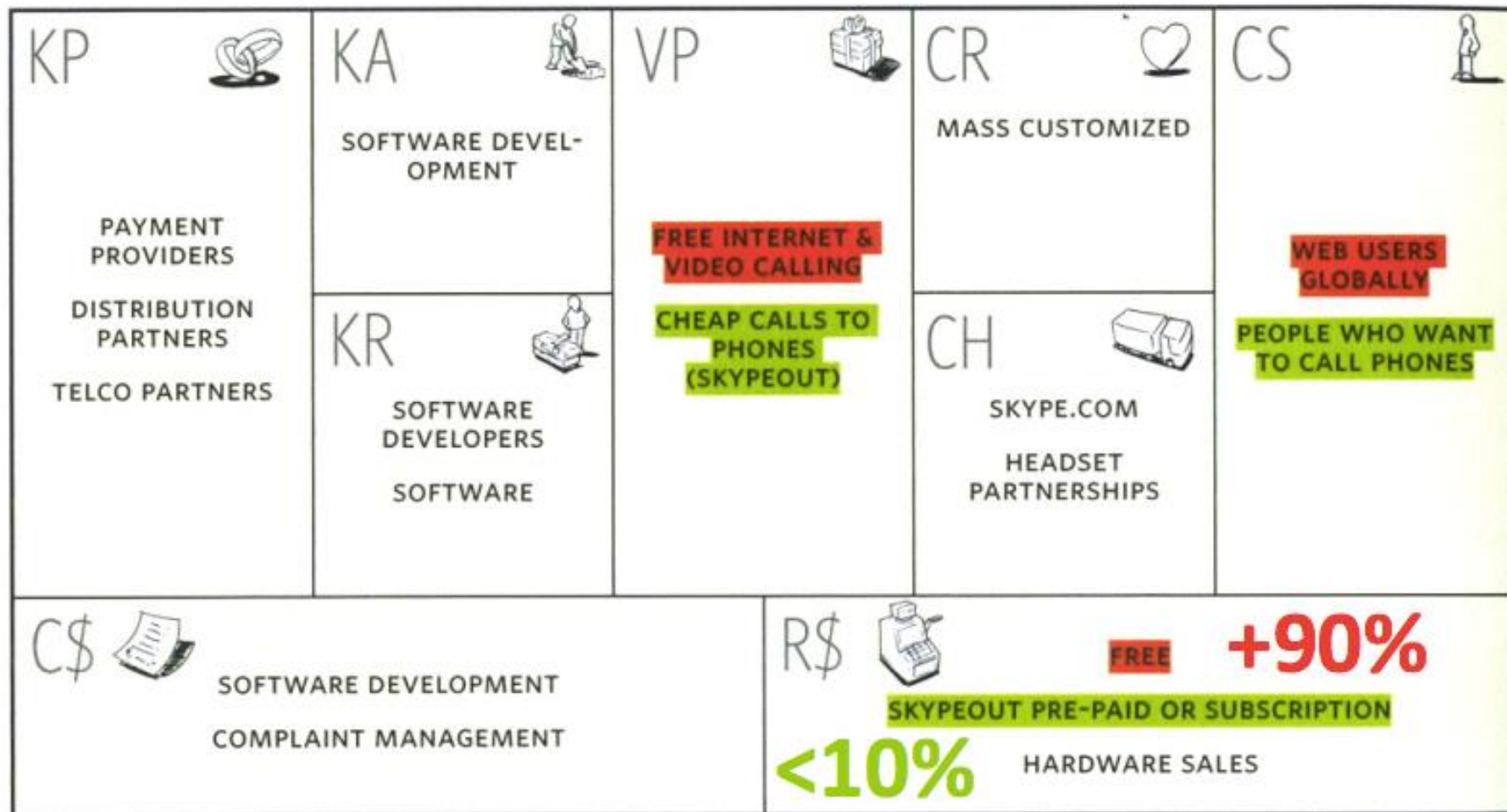
VELOCIDAD compromiso ATENCIÓN diseño INNOVACIÓN confiabilidad EXCLUSIVIDAD
originalidad PROMOCIONES veracidad COMUNICACIÓN simplicidad DIVERSIDAD

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, o llámanos al: 01 442 1252.

[REGISTRATE AQUI >](#)





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



lemendez@hotmail.com