



COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO

MIERCOLES DEL EXPORTADOR

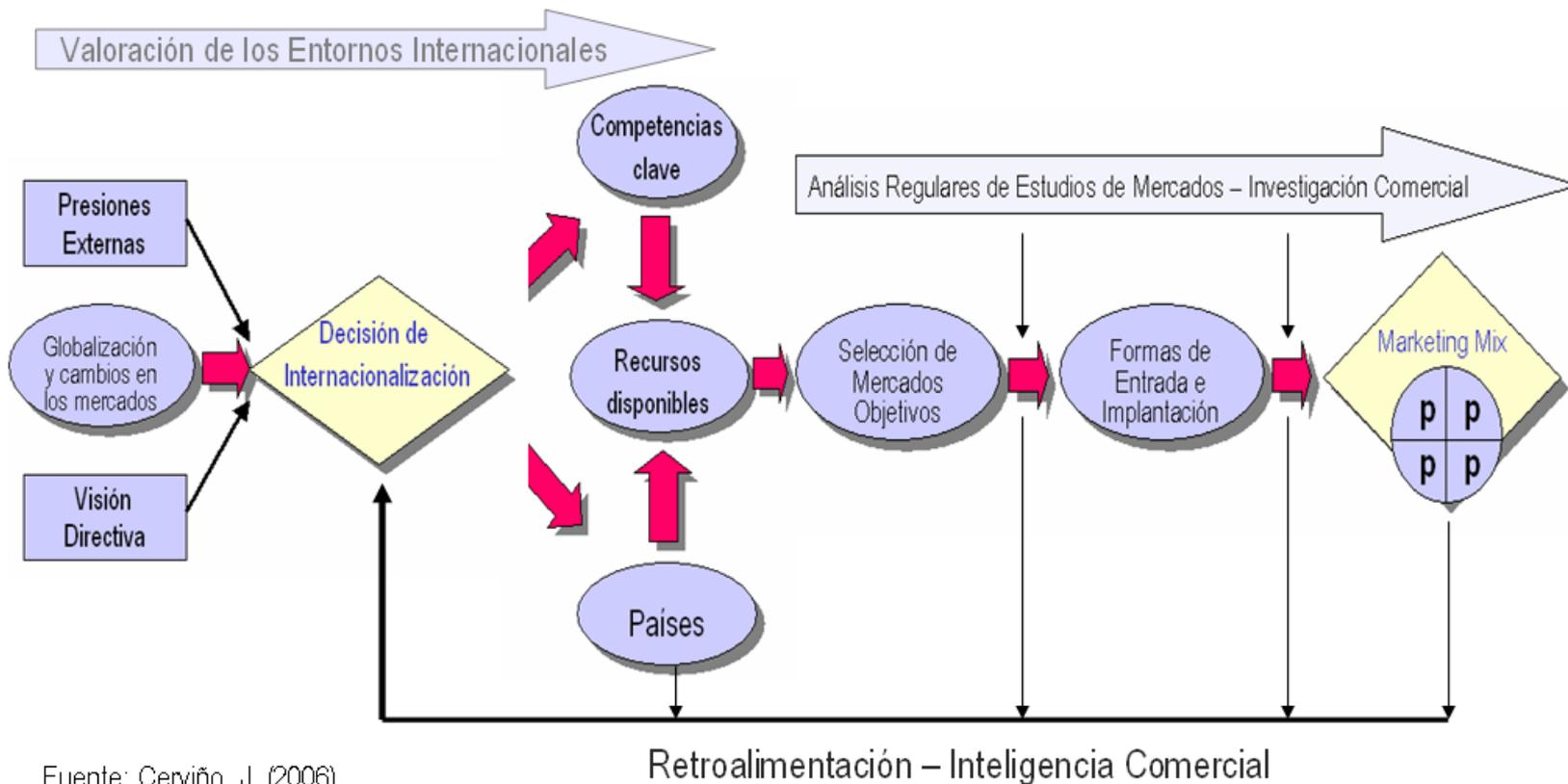
**Contratos internacionales y
Negociación comercial**

MBA Luis Enrique Méndez

Lima, Mayo de 2012

INTRODUCCIÓN

PROCESO DE DECISIÓN DE INTERNACIONALIZACIÓN



Fuente: Cervera, J. (2006)

OFERTA EXPORTABLE

Gestión de
Producción

Gestión
Empresarial

Gestión de
Exportaciones

- Calidad
- Cantidad
- Cumplimiento de normas técnicas del mercado destino

- Formalización
- Cumplimiento de obligaciones
- Finanzas
- Capacidad de negociación

- Envases y embalaje
- Incoterms
- D F I
- Medios de Pago

Productos que satisfacen lo que el mercado externo EXIGE

(Producto - Experiencia - Recursos, Información)

■ 1. Evaluación de los factores

Experiencia exportadora



Experiencia de gestión



Capacidad exportadora del producto



Recursos disponibles



Información disponible



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

3. Datos Básicos

3.1 Nivel de Facturación

3.2 Nivel Exportación Previsible

CALCULO COSTE MÍNIMO SALIDA

ALTERNATIVAS ESTRATÉGICAS PARA ENTRAR EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES



ALTERNATIVAS ESTRATÉGICAS PARA ENTRAR EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES

Pasos hacia la internacionalización



Investigación de mercados

ENTORNO EXTERNO

- WWW.COMERCIO.GOB.ES
- WWW.EUROMONITOR
- WWW.CIA.GOV
- WWW.ENAHO // WWW.CENSUS.GOV // (CENSOS INEI PAIS)

ENTORNO INTERNO

- WWW.VERITRADE.INFO
- WWW.PROCHILE.CL
- WWW.SIICEX.GOB.PE
- WWW.ICEX.ES
- WWW.PROEXPORT
- WWW.PROCOLOMBIA

Investigación de mercado

ESTADISTICAS

- WWW.ADUANET.GOB.PE
- WWW.TRADEMAP.ORG
- WWW.ALADI.ORG
- WWW.TARIC
- WWW.USITC
- WWW.MACMAP
- WWW.OAS.SICE.ORG
- WWW.ACUERDOSCOMERCIALES.GOB.PE

SELECCION DE MERCADOS

Paso 5:

	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.

MÉTODOS DE ENTRADA EN FUNCIÓN DEL CONTROL EJERCIDO

Sistemas de Comercialización en el Exterior

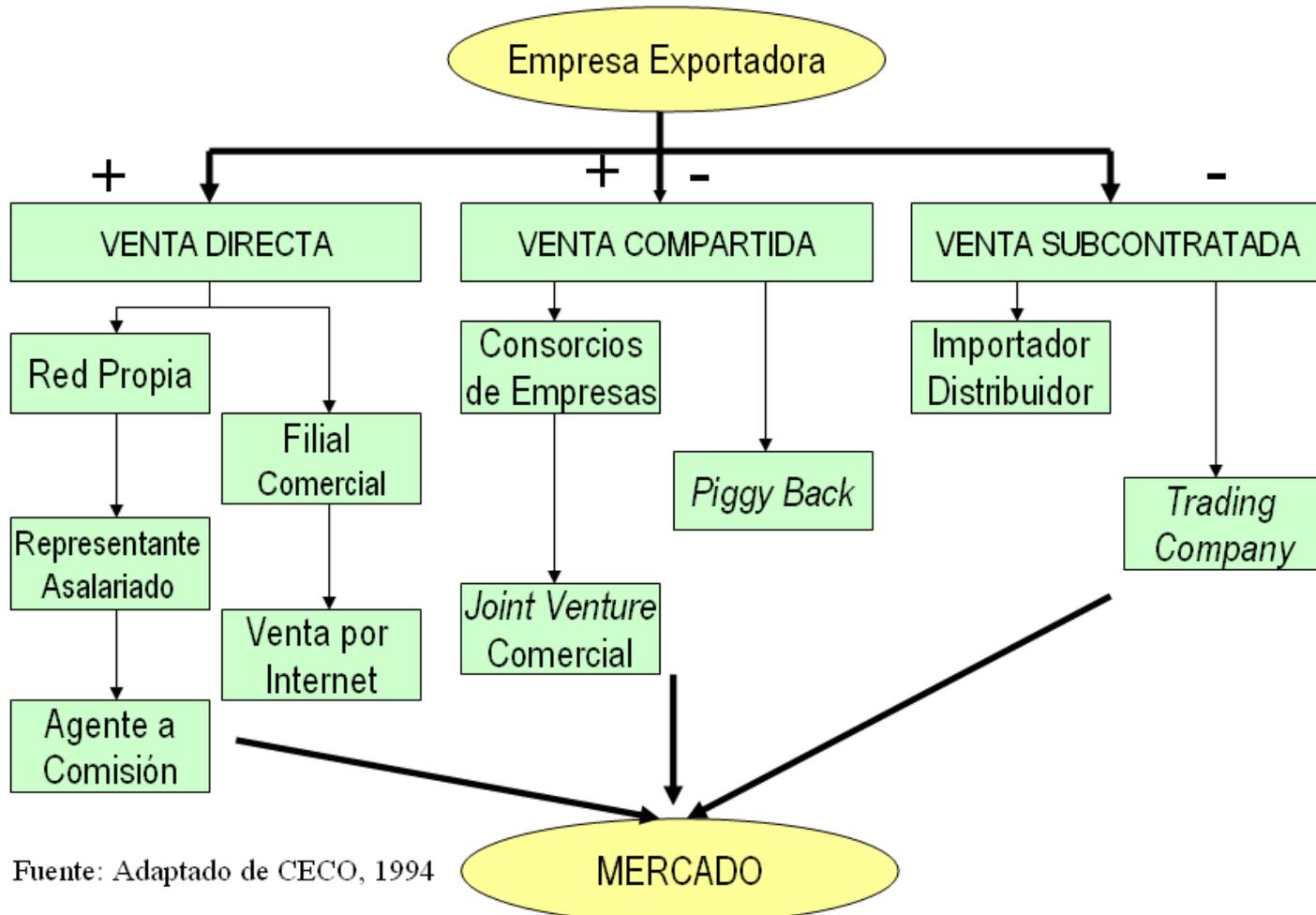
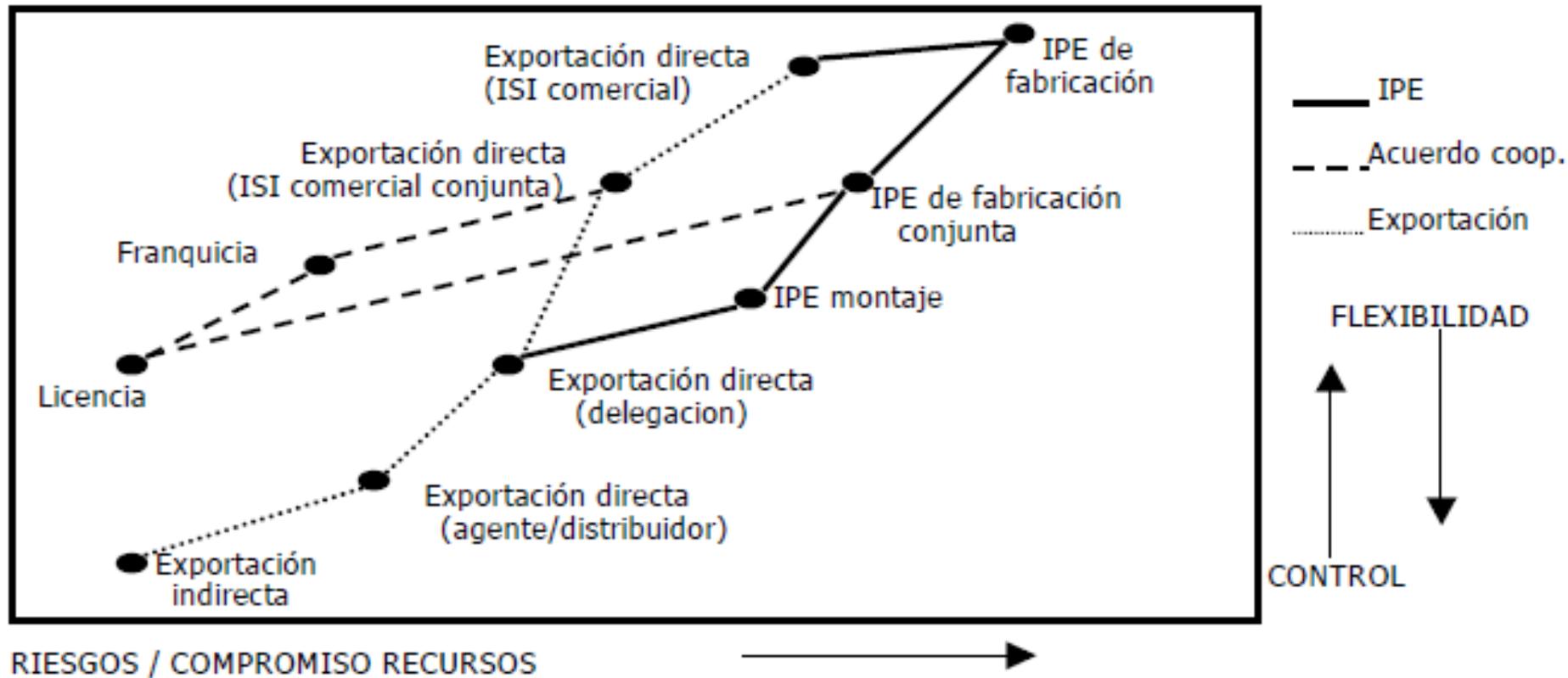
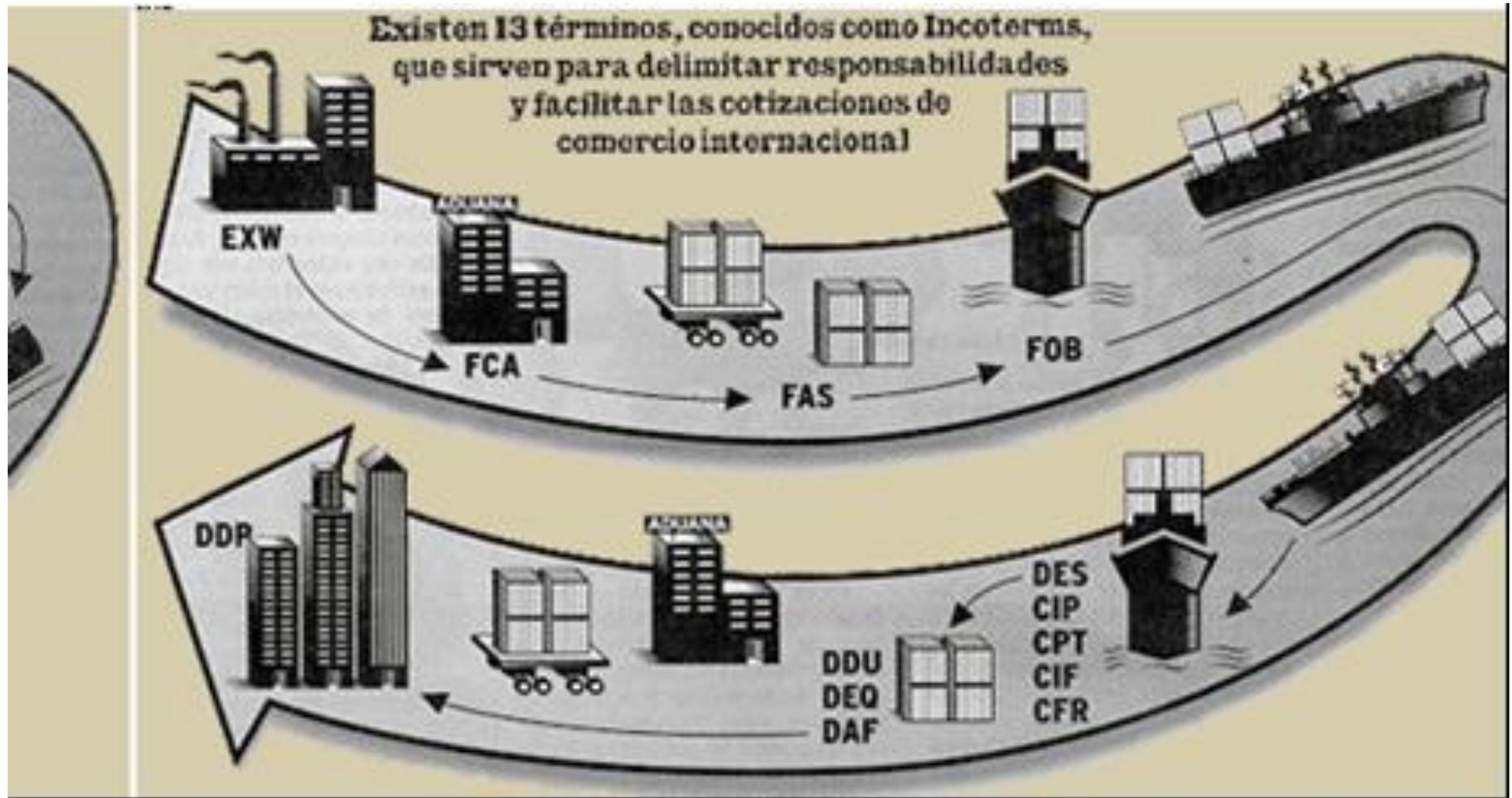


Figura 3: Evolución en la Estrategia de Entrada y Permanencia - Estrategia de Convivencia



Fuente: Adaptación de Root (1994), Alonso y Donoso (1994, 1998) y Rialp y Rialp (1996, 2005).

PARA ELLO DEBEMOS CONTROLAR LA DFI



CONTROLAR LA DISTRIBUCION FISICA INTERN.

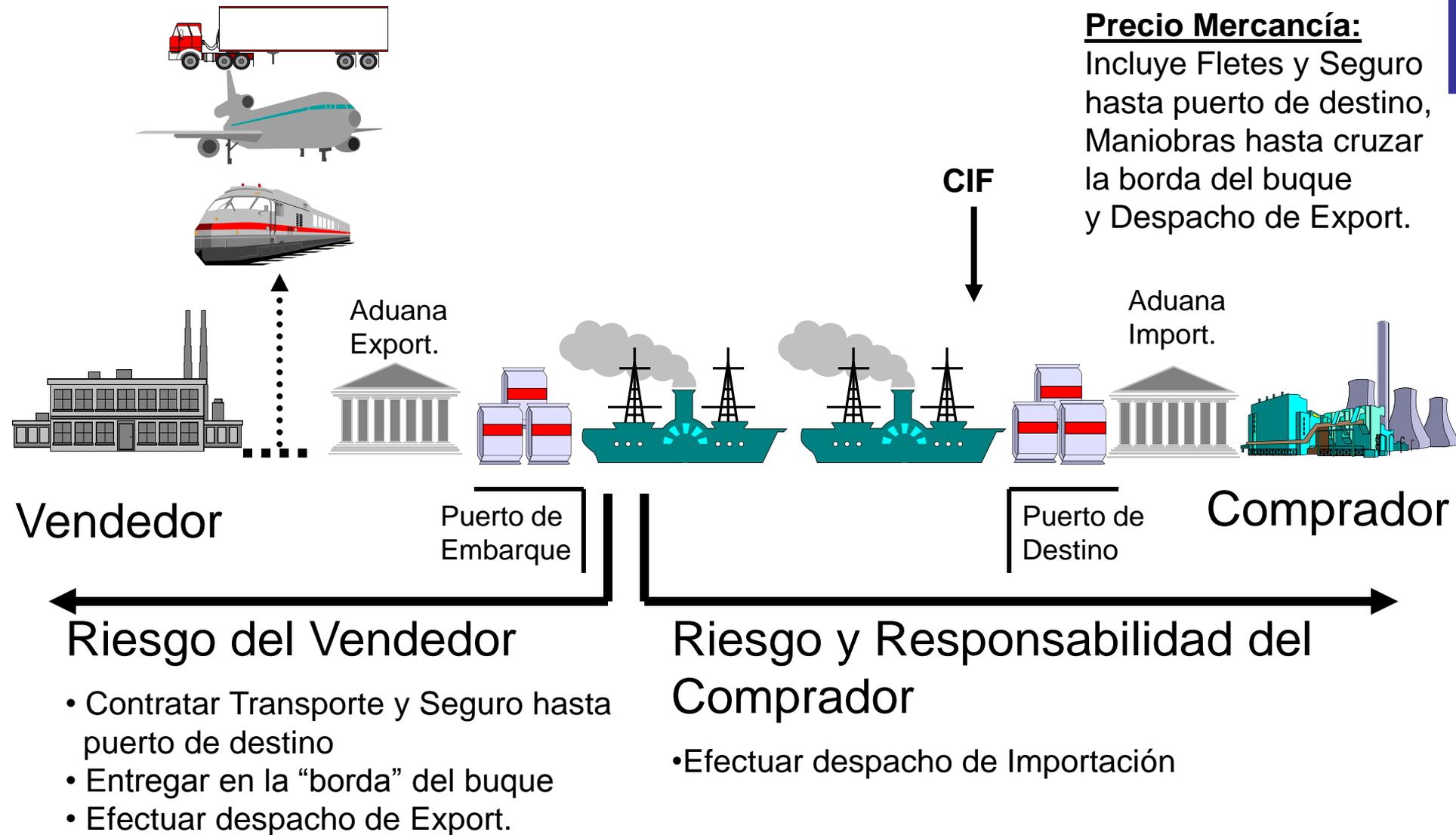
COSTES DE LA EXPORTACION

Precio Ex Works	82.081	Dolares
Gastos FOB	2.052	Dolares
Gastos ag adu origen	30	Dolares
Precio FOB	84.163	Dolares
Peso volumétrico	443	
Peso físico	24.624	
Flete	11.550	Dolares
FCLA	116	Dolares
BAF	693	Dolares
Congestion Surcharge	347	Dolares
Collect Surcharge	289	Dolares
CAF	578	Dolares
Precio CFR	97.734	Dolares
Seguro (máx cobertura)	782	Dolares
Warehouse to warehouse	98	
Derecho de emisión	32	3%
Precio CIF	98.841	Dolares
Agente aduana destino	100	Dolares
Precio DDU	98.941	Dolares
Aranceles	0	
IVA	6.926	Dolares
Precio DDP	105.867	Dolares
Costes financieros	2.469	9%
Precio de venta	108.336	



CIF

TRANSFERENCIA DE LA RESPONSABILIDAD



Seguros de mercadería

CLASES DE RIESGO	CIA	CIB	CIC	P.T.
Pérdida total de la carga producida por la del barco				
Pérdida total constructiva				
Encalladura del barco				
Naufragio del barco				
Incendio del barco				
Daños por incendio				
Daños por explosión en el barco				
Daños por abordaje del barco				
Contribución y gastos por Avería Gruesa				
Pérdida total de fardos, etc, en el momento de la carga, etc				
Mojadura de la carga en cubierta por el oleaje				
Daños por agua de mar (temporales, etc.)				
Riesgos de causas externas (ganchos de estibadores, lluvia, agua dulce, etc.)				
Robo, hurto, FEBE				
Daños producto de la corrupción (contacto con otra carga)				
Derrame				
Rotura				
Retraso				
Vicio propio				

Seguros de mercadería



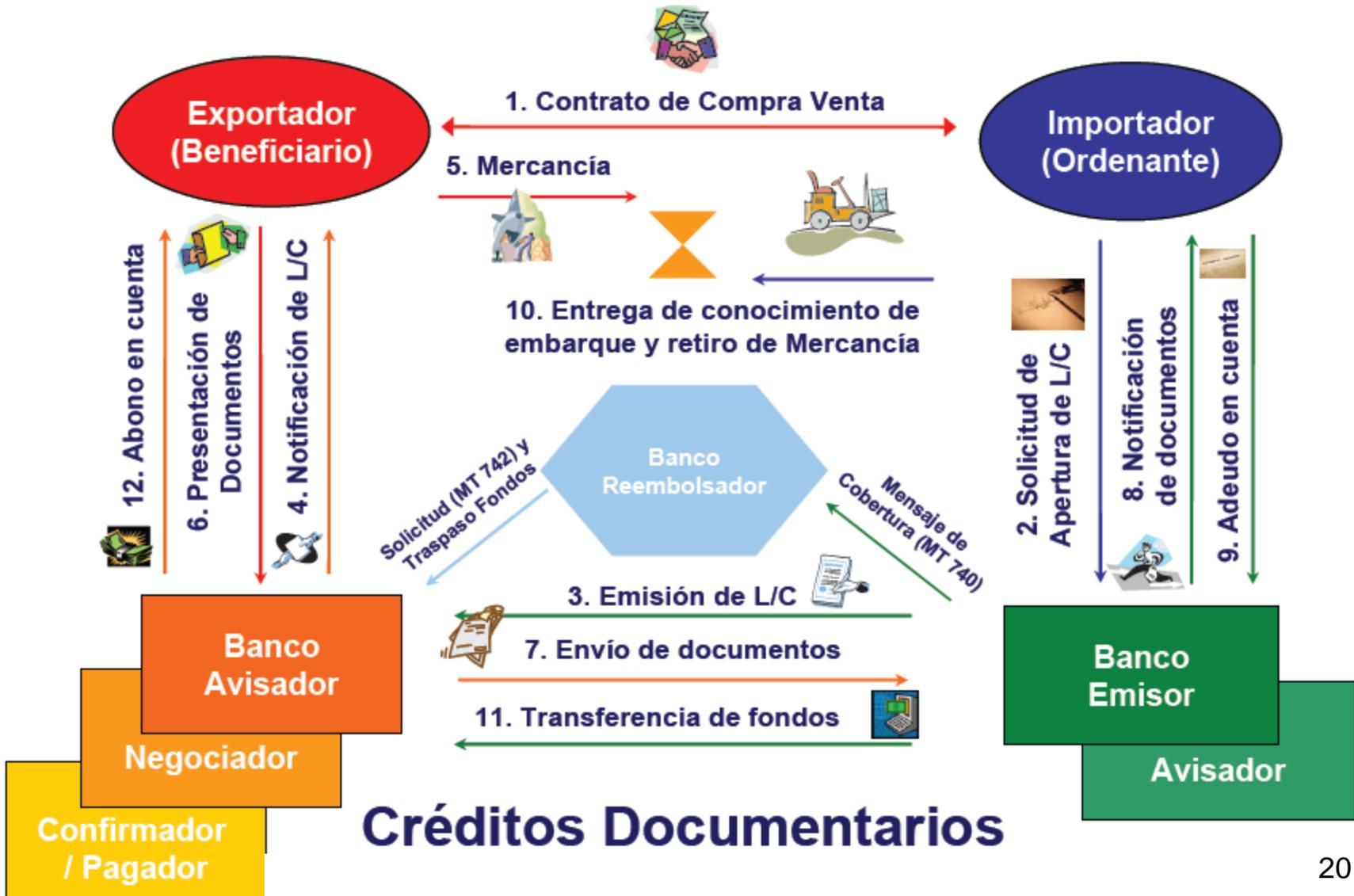
Seguros de mercadería



Seguros de mercadería

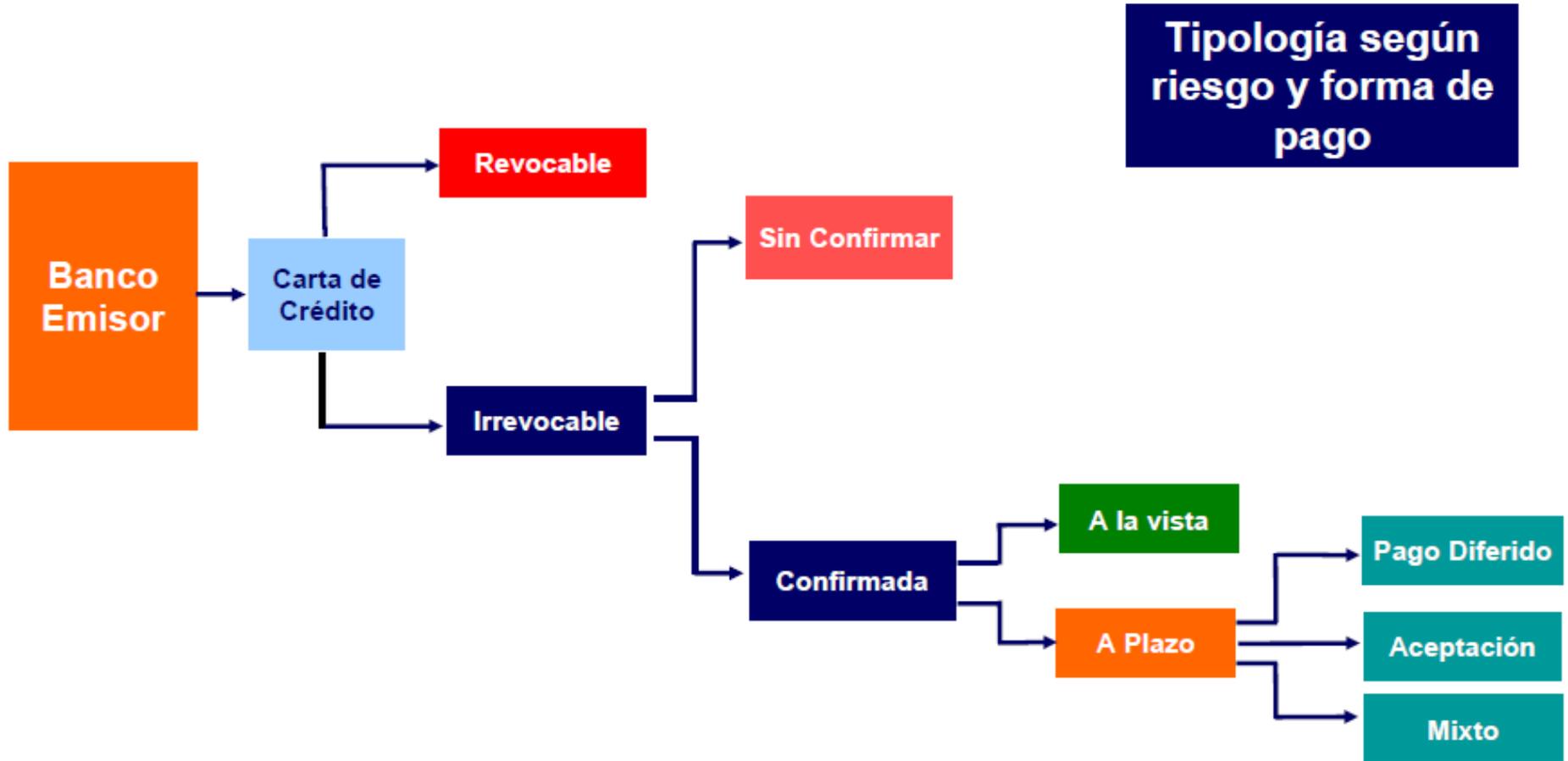


Créditos documentarios



Créditos Documentarios

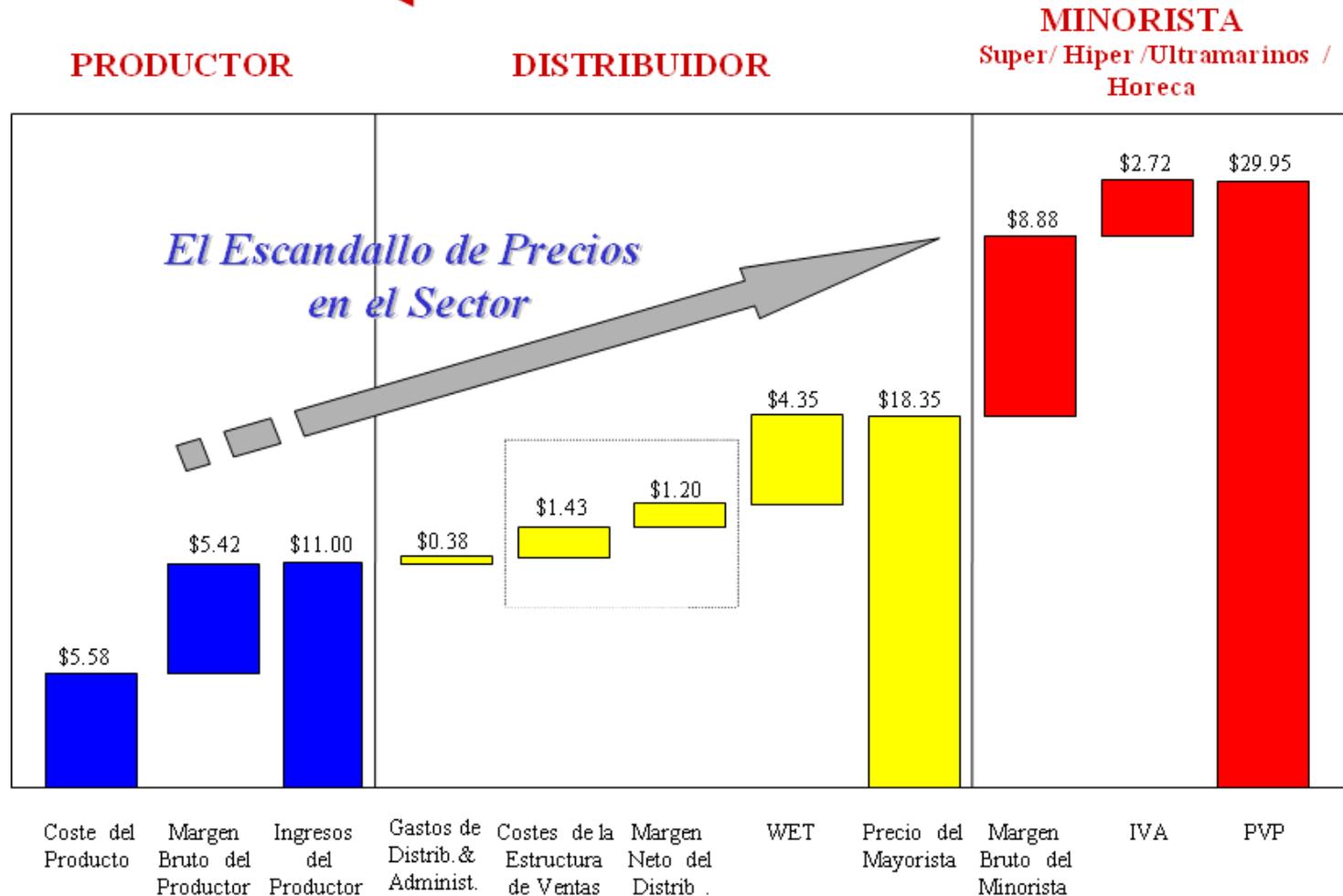
Créditos documentarios



Decisiones de Precios Internacionales

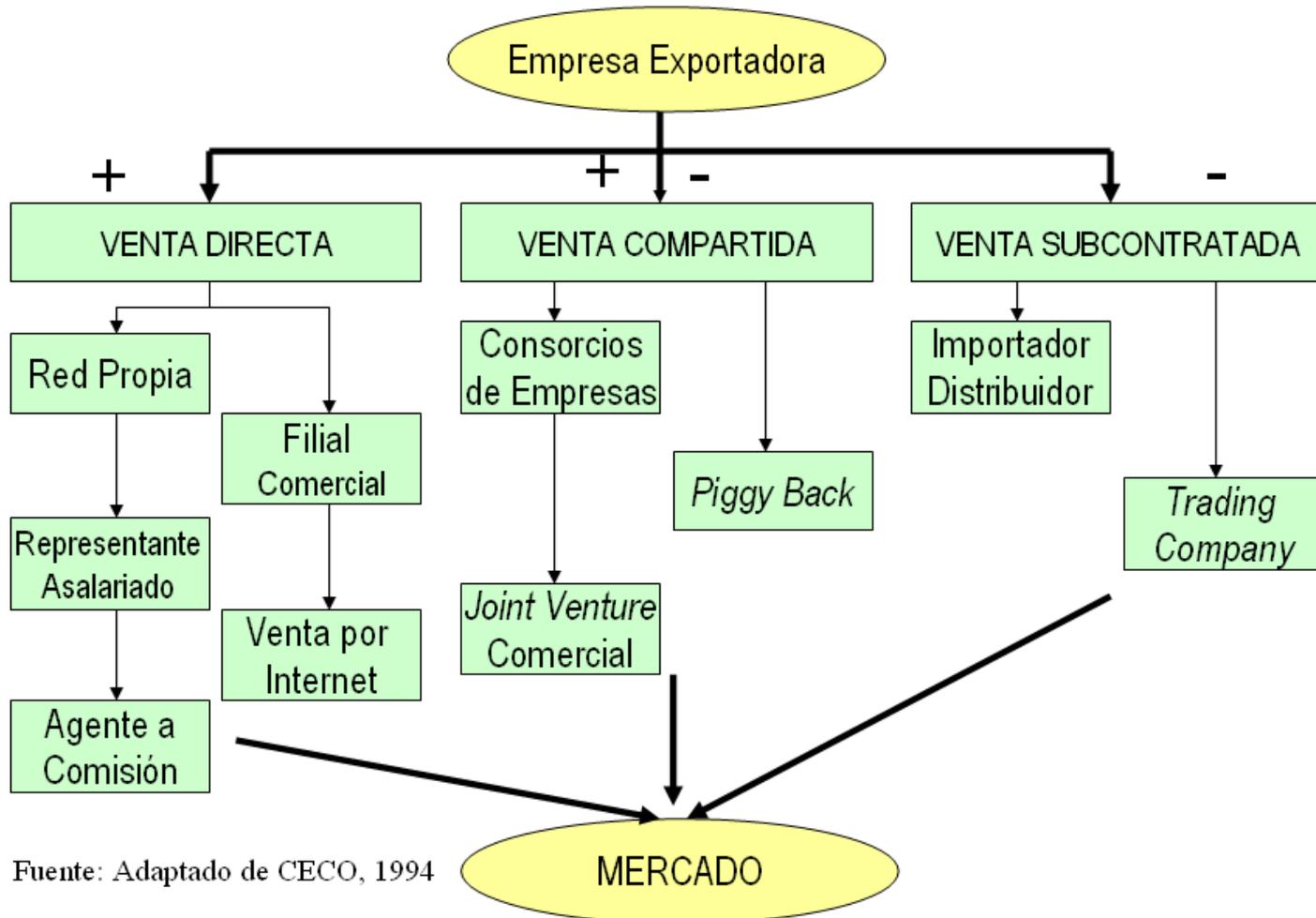
Análisis de Precios de la Competencia: El escandalo hacia atrás

Precio CIF PVP
Escandalo de precios hacia atrás – Análisis Competitivo



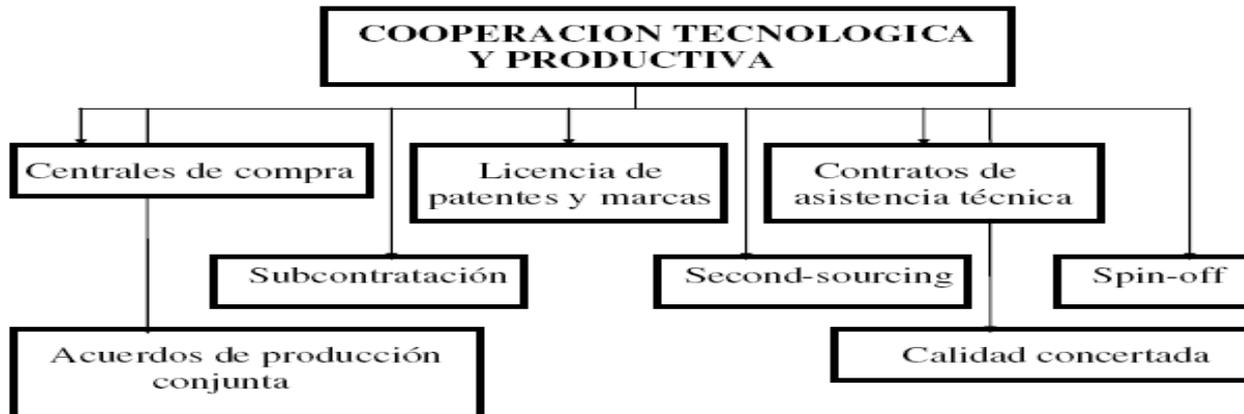
MÉTODOS DE ENTRADA EN FUNCIÓN DEL CONTROL EJERCIDO

Sistemas de Comercialización en el Exterior



OTROS MODELOS DE COOPERACION

- Financiera
- Comercial
- Tecnológica
- Productiva



PASOS HACIA LA INTERNACIONALIZACION

Naturaleza del desarrollo internacional	Flujo(naturaleza de intercambios)	Modos de desarrollo internacional
Comercial	Mercancías Servicios	Exportación
Contractual	Tecnología Servicios Mercancías	Contratos de licencia Franquicia
Participativa	Tecnología Capital Servicios Mercancías	Consortios Sociedades en copropiedad
Integrada	Tecnología Capital Servicios Mercancías Recursos humanos	Inversión directa: sucursal o filial supervisada
Autónoma	Tecnología Capital Servicios Mercancías Recursos humanos Capacidad de innovación	Inversión directa: filial libre

TABLA 3. Formas de desarrollo internacional

Fuente: Sallenave, J.P; "Gerencia y planificación estratégica", (1985)

Controlar los canales de comercialización

DIAGRAMA DE MARGENES EN LA CADENA DE DISTRIBUCION

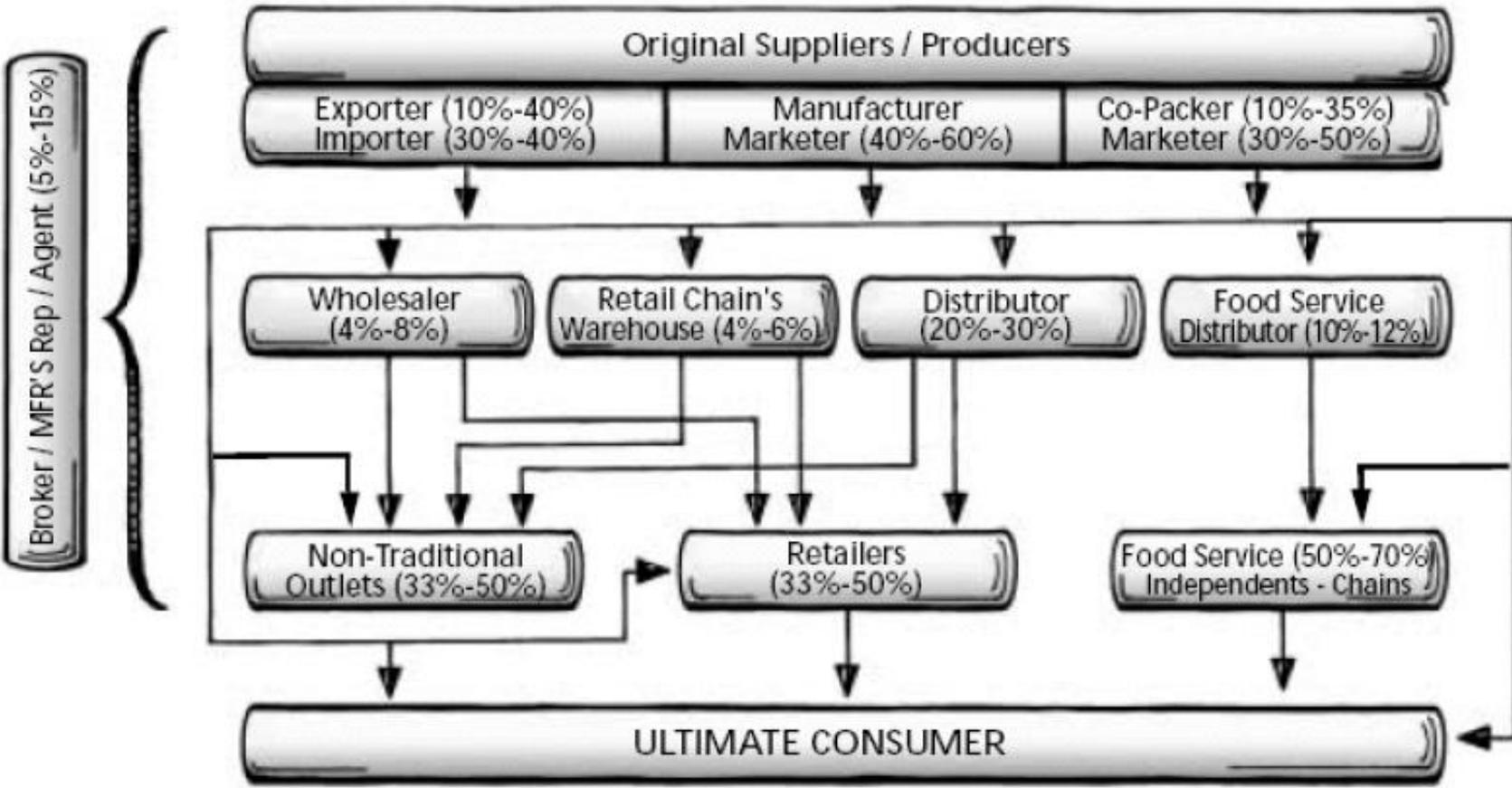
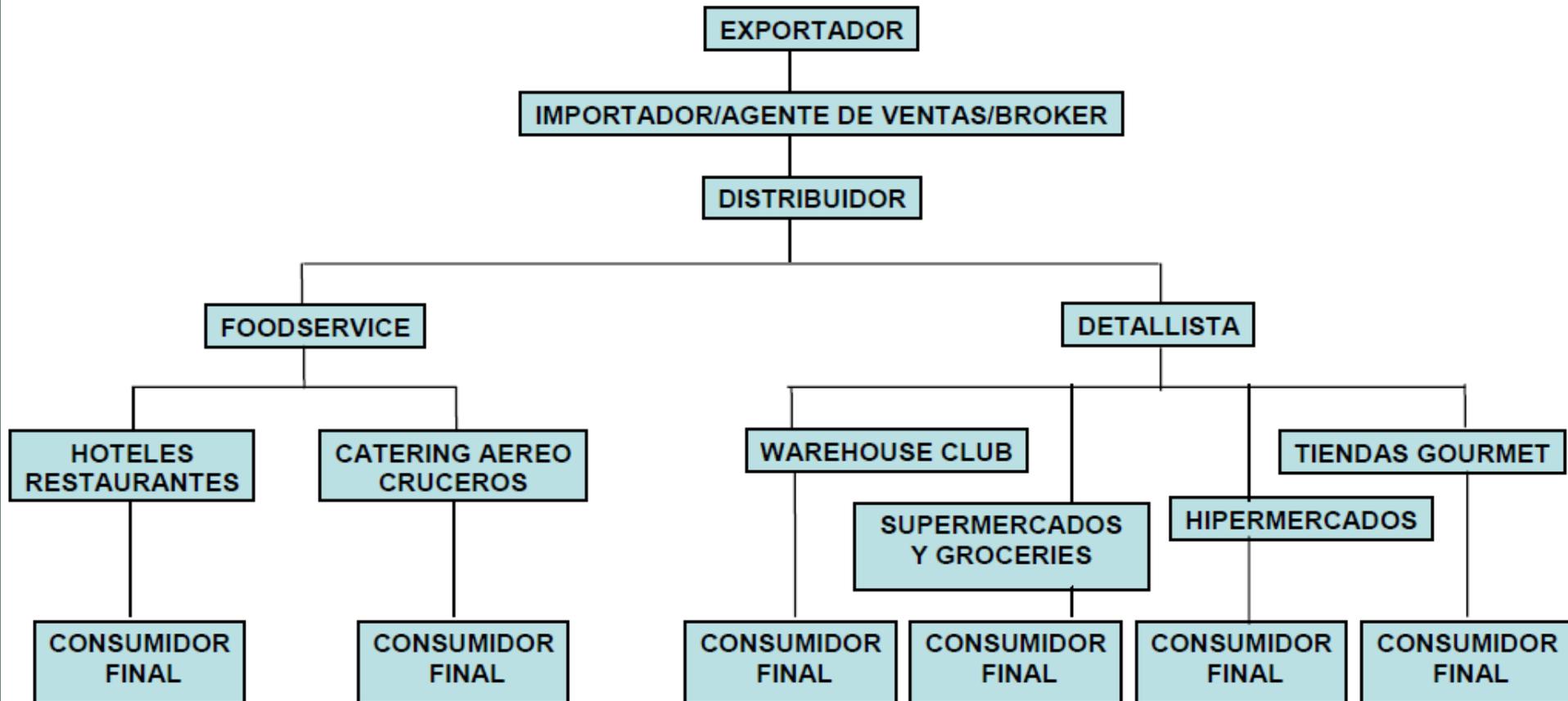


DIAGRAMA DE FUNCIONAMIENTO CANALES DE DISTRIBUCIÓN



Riesgo del tipo de cambio

En principio el exportador tratará de devolver la financiación solicitada con los fondos que reciba del importador.

Si la moneda de cobro y la moneda de la financiación son distintas, el exportador corre riesgo de tipo de cambio.

Financiación de exportaciones		
Moneda de financiación	Moneda de cobro	Riesgo de cambio
Peseta	Peseta	No
Dólar	Peseta	Si
Dólar	Dólar	No
Yen	Dólar	Si

Riesgo de cambio en la propia operación, aunque no se recurra a financiación. Este riesgo de tipo de cambio existe cuando:

La operación viene denominada en una moneda distinta a la del exportador o a la del importador

Riesgo de tipo de cambio		
Moneda operación	Empresa nacional	Empresa extranjera
Divisa empresa nacional	NO	SI
Divisa empresa exportadora	SI	NO
Divisa tercer país	SI	SI



Plan de Marketing

1.1. Delimitación negocio

1.2. Información y análisis

1.3. Diagnóstico situación

1.2.1. Información Externa
1.2.1.1. Demanda
1.2.1.2. Clientes
1.2.1.3. Competencia

1.2.2. Información Interna
1.2.2.1. Humanos
1.2.2.2. Financieros
1.2.2.3. Conocimiento Know-How
1.2.2.4. Otros recursos materiales

1.3.1 DAFO

1.3.2. Matriz de posición Competitiva

1.4. Objetivos

1.4.1. Cuantitativos
1.4.2. Cualitativos

1.5. Estrategias

1.5.1. Estrategias Corporativas
1.5.2. Estrategias de Marketing

1.6. Planes de acción

1.6.1. Público Objetivo
1.6.2. Marketing Mix

1.7. Presupuesto del Plan de Marketing

(III) ESTRATEGIA INTERNACIONALIZACIÓN

¿CÓMO?

(1) ESTRATEGIA DE LOCALIZACIÓN

¿DÓNDE ACCEDEMOS?

¿DÓNDE NOS IMPLANTAMOS?

(2) ESTRATEGIA DE ENTRADA Y PERMANENCIA

¿CÓMO ACCEDEMOS?

¿CÓMO NOS IMPLANTAMOS?

(3) ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO

¿CREAMOS O COMPRAMOS IDE?

(4) ESTRATEGIA DE CONVIVENCIA

¿CON QUIÉN VAMOS?

(5) ESTRATEGIA CORPORATIVA

¿QUÉ UNIDADES DE NEGOCIO
SE INTERNACIONALIZAN?

(6) ESTRATEGIA DE INTERNALIZACIÓN

¿QUÉ ACTIVIDADES DE LA CADENA
DE VALOR SE INTERNACIONALIZAN?

(7) ESTRATEGIA COMPETITIVA

¿CUÁL ES NUESTRA VCS EN EL EXTERIOR?

(8) ESTRATEGIA DE ESTRUCTURA

¿CÓMO ORGANIZAMOS
LO INTERNACIONAL?

(9) ESTRATEGIA DE ENFOQUE

¿CÓMO ENTENDEMOS LO EXTERNO?

(10) ESTRATEGIA DE SECUENCIA

¿CUÁL ES EL RITMO DEL PROCESO DE
INTERNACIONALIZACIÓN?

Figura 2: Las Diez Estrategias de la Internacionalización de la Empresa

(III) ESTRATEGIA INTERNACIONALIZACIÓN ¿CÓMO?

(1) ESTRATEGIA DE LOCALIZACIÓN

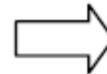
¿DÓNDE ACCEDEMOS? ¿DÓNDE NOS IMPLANTAMOS?



VENTAJAS LOCALIZACIÓN

(2) ESTRATEGIA DE ENTRADA Y PERMANENCIA

¿CÓMO ACCEDEMOS?
¿CÓMO NOS IMPLANTAMOS?



EXPORTACIÓN (Indirecta o directa)
ISI (Implantación de Servicios Internacionales)
ISE (Implantación de Servicios Exterior)
IPE (Implantación Productiva Exterior)

(3) ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO

¿CREAMOS O COMPRAMOS IDE?



CREC. INTERNO (ORGÁNICO)
CREC. EXTERNO (ADQUISICIÓN)

(4) ESTRATEGIA DE CONVIVENCIA

¿CON QUIÉN VAMOS?

SOLITARIO
ACUERDO DE COOPERACIÓN
(LICENCIA, SUBCONTRATACIÓN,
EMPRESA CONJUNTA, CONSORCIO,
FRANQUICIA)



VENTAJAS
PROPIAS
O AJENAS

(5) ESTRATEGIA CORPORATIVA

¿QUÉ UNIDADES DE NEGOCIO
INTERNACIONALIZAMOS?

ESPECIALIZACIÓN }
DIVERSIFICACIÓN }



SINERGIAS
(economías de alcance)

(6) ESTRATEGIA DE INTERNALIZACIÓN

¿QUÉ ACTIVIDADES
DE LA CADENA DE VALOR
SE INTERNACIONALIZAN?
(Localización Eficiente)
(Visión Global de la Cadena Valor)

APROVISIONAMIENTOS
PRODUCCIÓN
MARKETING
LOGÍSTICA
FINANCIACIÓN
I+D
SERVICIO POSTVENTA

⇒ SINERGIAS
(Alcance de valor)

(7) ESTRATEGIA COMPETITIVA (UEN)

¿CUÁL ES NUESTRA VCS EN EL EXTERIOR?

⇒ LIDERAZGO EN COSTES
DIFERENCIACIÓN

(8) ESTRATEGIA DE ESTRUCTURA

(Diseño de la Estructura Organizativa)

¿CÓMO NOS ORGANIZAMOS?
¿CÓMO DECIDIMOS, NOS
COORDINAMOS Y CONTROLAMOS?



FUNCIONAL (original o adaptada)
MATRIZ - FILIAL
MULTIDIVISIONAL PDTO.- PROCESO
MULTIDIVISIONAL GEOGRAFICA
MATRICIAL, RED

(9) ESTRATEGIA DE ENFOQUE

¿CÓMO ENTENDEMOS LO EXTERNO?
(Presiones competitivas internacionales
del sector)



GLOBAL
MULTIDOMÉSTICO
TRANSNACIONAL
EXPORTADOR

Adaptación local
Integración global

(10) ESTRATEGIA DE SECUENCIA

¿CUÁL ES
EL RITMO DEL PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN?



SECUENCIAL
SIMULTANEO

Muchas gracias

Luis Enrique Méndez Cabezas
Cámara Peruana de Comercio Exterior

lmendez@camex.org.pe