



# IAM

International Alliance Management S.L.



**INTERNACIONALIZACION Y OPORTUNIDADES DE EMPRESAS PERUANAS:  
EUROPA  
NORTE DE AFRICA**

**Reynaldo Huiza Redolfi  
Luis de Haro –Rossi Matas  
E-mail: [gerencia@iam-sl.com](mailto:gerencia@iam-sl.com)**



# ESPAÑA MERCADO PVENTE



# PLAN DE NEGOCIO INTERNACIONAL

- ❑ ESTUDIO DE MERCADO: MARKETING INTERNACIONAL.
- ❑ INFORMACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD.
- ❑ POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO.
- ❑ VIABILIDAD DE RESULTADOS POSITIVOS.
- ❑ CONSTANTE ADAPTACIÓN DEL PRODUCTO A LA DEMANDA.



# MARKETING INTERNACIONAL



# ESTRATEGIA DE INTRODUCCIÓN EN LOS MERCADOS



- INTRODUCCIÓN DIRECTA : ESTUDIO MARKETING PRODUCTO PERUANO EN MERCADO OBJETIVO.
- INTRODUCCIÓN INDIRECTA DEL PRODUCTO : MERCADOS PUENTE.

Perú exporta hacia España		
Valor 2012, en miles US\$	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2008-2012, %, p.a.	Participación en las exportaciones de Perú, %
1.803.434	22	4



España operaciones intracomunitarias Unión Europea		
Valor en US\$ 2010	Valor en US\$ 2011	Valor en US\$ 2012
164.443.482	193.734.225	174.645.411



España exporta hacia Marruecos		
Valor en US\$ 2010	Valor en US\$ 2011	Valor en US\$ 2012
4.571.422	5.724.719	6.806.426

# MERCADO EUROPEO: ESPAÑA MERCADO PUENTE

- SIMILITUD CULTURAL.
- SIMILITUD EN LA DEMANDA DE PRODUCTOS.
- INDICES HISTÓRICOS DE TRÁFICO COMERCIAL.
- ALIANZAS COMERCIALES.
- ESPAÑA: MERCADO POSICIONADO EN EUROPA.



# INTRODUCCIÓN EN EL MERCADO EUROPEO



- DEMANDA Y ACEPTACIÓN DEL PRODUCTO PERUANO.
- PUBLICIDAD PROGRESIVA DE MEJORA DE LA CALIDAD Y COMPETITIVIDAD EN EL PRECIO.
- REDUCIDO HISTÓRICO DE VENTAS DE PRODUCTOS AGROINDUSTRIALES Y FRESCOS IMPORTADOS.

# INTRODUCCIÓN EN EL MERCADO EUROPEO

- INCREMENTO DE LA CALIDAD Y CERTIFICACIÓN DE LA PRODUCCIÓN ECOLÓGICA.
- COMPETITIVIDAD EN PRECIOS.



DEMANDA EN PRODUCTOS BÁSICOS Y ALTERNATIVOS EN ALIMENTACIÓN.



# PROPUESTAS



- INVERSIÓN PRODUCCIÓN ECOLÓGICA Y DE CALIDAD ALIMENTICIA.
- INVERSIÓN EN PROCESOS DE PRODUCCIÓN PARA REDUCIR COSTES.
- REPRESENTACIÓN Y GESTIÓN JURÍDICO- COMERCIAL INTERNACIONAL DE LAS EMPRESAS PERUANAS Y SUS PRODUCTOS EN EL MERCADO EUROPEO.

# MERCADO AFRICANO: ESPAÑA-MARRUECOS MERCADO PUENTE.

- ESPAÑA : MERCADO PUENTE A MARRUECOS.
- MARRUECOS: MERCADO DE INTRODUCCIÓN EN AFRICA.
- DEMANDA DE PRODUCTOS BÁSICOS Y ALTO GRADO NUTRICIONAL.
- DEMANDA EN SECTOR MERCADO MAYORISTA.



# DEMANDA DE MERCADO AFRICANO.



- COMPETITIVIDAD EN PRECIOS.
- PRODUCTOS BÁSICOS Y DE CALIDAD EN EL SECTOR DE LA ALIMENTACIÓN.
- PRODUCTOS ALTERNATIVOS QUE SE ADAPTEN AL CONSUMO DEMANDADO.

# PROPUESTAS

- INVERSIÓN EN REDUCCIÓN DE COSTES DE PRODUCCIÓN.
- INVERSIÓN INICIAL EN REDUCCIÓN MÁRGENES COMERCIALES.
- LA MEJOR PUBLICIDAD ES EL PRECIO.
- INVERSIÓN EN REPRESENTACIÓN JURÍDICO-COMERCIAL EN EL MERCADO.



# COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL



## ¿Qué entendemos por competitividad?

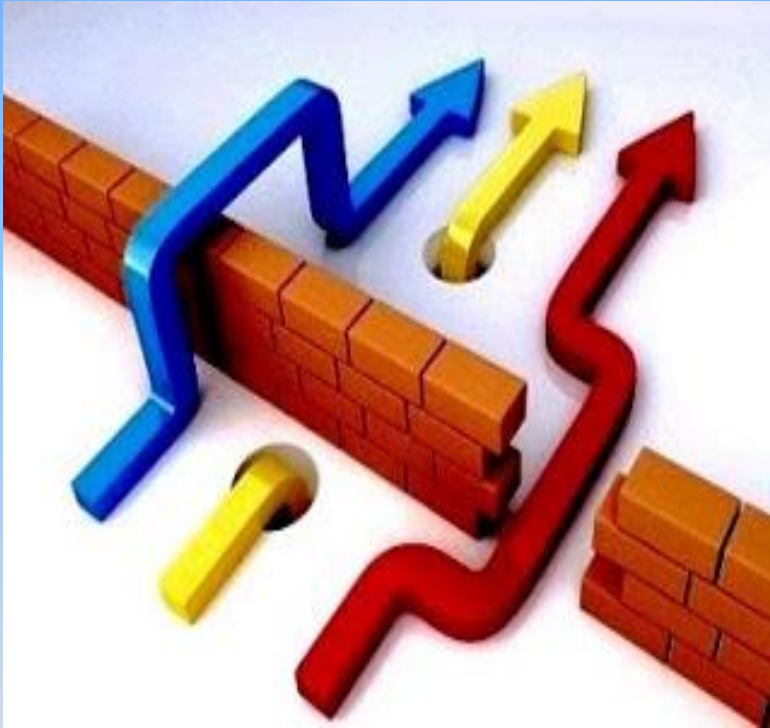
Conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de un país.

# INDICADORES DE MEDICIÓN DE LA COMPETITIVIDAD

- INFLACIÓN RELATIVA.
- EVOLUCIÓN DE LA CUOTA EXPORTADORA.
- CAPACIDAD DE ATRACCIÓN DE INVERSIÓN. EXTRANJERA DIRECTA.
- EVOLUCIÓN DEL PIB PER CAPITA Y SU SOSTENIBILIDAD.
- MARCO LEGISLATIVO Y SISTEMA EDUCATIVO.



# POSICIÓN COMPETITIVA DE ESPAÑA



## LA CRISIS ECONÓMICA :

- OPORTUNIDAD DE CAMBIO DE DIRECCIÓN EMPRESARIAL.
- ADAPTABILIDAD PROGRESIVA A LA DEMANDA DEL MERCADO INTERNACIONAL. APUESTA EMPRESARIAL I+D+i.
- ALTERNATIVA: COOPERATIVAS.

# POSICIONAMIENTO INTERNACIONAL

**MERCADO  
EUROPEO**



**MERCADO  
AFRICANO**



# MERCADO EUROPEO

- OPERACIONES SELECTIVAS DE EXPORTACIÓN.
- INVERSIÓN EN DIFUNDIR EL PRODUCTO ESTRATÉGICO EN MERCADO.
- CONTROL ESTRICTO DE LA TRAZABILIDAD DEL PRODUCTO.
- ALIANZAS COMERCIALES CON LAS CADENAS DE DISTRIBUCIÓN MÁS REPRESENTATIVAS EN EUROPA.
- LA GESTIÓN DIRECTA Y EFICAZ DE LA INTRODUCCIÓN DE PRODUCTOS PERUANOS EN EL SUPPLY- CHAIN.



# MERCADO AFRICANO

- OPERACIONES SELECTIVAS DE EXPORTACIÓN.
- FACTOR PRECIO EN PRODUCTOS BÁSICOS.
- DIFUSIÓN DE SUS PROPIEDADES ALIMENTICIAS.
- ALIANZAS COMERCIALES CON CADENAS DE DISTRIBUCIÓN MÁS REPRESENTATIVAS .
- MARRUECOS: PUNTO DE CONEXIÓN DE LA ENTRADA DE PRODUCTOS AL CONTINENTE AFRICANO.



# EUROPA : REGISTRO EMPRESARIAL



- **ESPAÑA**
- **ALEMANIA**
- **AUSTRIA**



# MARRUECOS : REGISTRO EMPRESARIAL



- CARTA DE INVERSIONES.
- Constitución de Sociedad
  - Certificado negativo.
  - Estatuto empresarial.
  - Depósito del capital.
  - Domicilio de Sociedad.
- Declaración OFICINA DE CAMBIOS.
- Impuestos (TVA, IS, IGR, IP).
- ZONAS FRANCAS.
- Repatriación de Beneficios y Capital.

# VIABILIDAD FINANCIERA

- DEMUESTRA LA OPORTUNIDAD COMERCIAL DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS.
- RENTABILIDAD ANUAL..
- CAPACIDAD FINANCIERA SUFICIENTE PARA VALORAR LA ALTERNATIVA DE CREACIÓN DE **CONSORCIOS EMPRESARIALES**...



