

Pasos a seguir para ser una PYME internacional

Jorge Gil Infantes

Jorgegil.infantes@gmail.com

Seminario Miércoles del Exportador - PromPerú

11 de setiembre de 2019

Lima, Perú

JORGE GIL

jorgegil.infantes@gmail.com | www.linkedin.com/in/jorge-m-gil

Ejecutivo Directivo con >20 años de experiencia en Negocios Internacionales en los ámbitos corporativo, académico y de consultoría de negocios, habiendo implementado con éxito planes de internacionalización, operaciones completas de comercio exterior de exportación e importación y Programas de Formación Superior como Director, Coordinador y Docente en el Sector de Educación Universitaria y de Post Grado, entre ESAN y UPC.

Experiencia corporativa global que incluye LATAM, USA, Europa y Asia. Consultor para el gobierno peruano y el sector privado.

Licenciado en Administración de Empresas por la Universidad de Lima, MBA por ESAN, Posgrado en Marketing Internacional por la Universidad de Carolina del Sur, USA, PhD(c) en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Politécnica de Cataluña, España.

Contenido

- ✓ ¿Por qué internacionalizarse?
- ✓ Paso 1: Buscar aliados en el sector de la empresa
- ✓ Paso 2: Conocer toda la cadena de valor
- ✓ Paso 3: Adecuar estructura costos a mdo. internacional
- ✓ Paso 4: Analizar diferentes mercados de destino
- ✓ Paso 5: Evaluar alternativas para el ingreso al mercado
- ✓ Paso 6: Visitar mercados de manera individual o grupal
- ✓ Paso 7: Evaluar envío de muestras y/o la realización de pruebas piloto
- ✓ Paso 8: Recordar que internacionalidad puede ser de dos vías

¿Por qué internacionalizarse?

1. Incrementar las ventas.
2. Hacer economías de escala.
3. Acceder a tecnología, mano de obra, materia prima y otras ventajas diferenciales.
4. Aprovechar TLCs y “mercados naturales”.
5. Aprovechar conocimiento de un rubro u oportunidad detectada en otro país.
6. Aprovechar modalidades diferentes a la exportación.
7. Prepararse para la competencia internacional.

**Paso 1: Buscar aliados en el sector
de la empresa**

- Investigar al gremio o comité en el Perú, estatal y/o privado, que agrupa a las empresas de tu campo.
- Aprovechar camino ya recorrido por otras empresas que operan en el mismo sector que el tuyo.
 - Aprender de sus experiencias y encontrar posibles aliados.
 - Beneficiarse de actividades conjuntas de orientación, capacitación o promoción comercial.



Paso 2: Conocer toda la cadena de
valor

- Ser un experto en el producto o servicio que se va a vender.
- Conocer a profundidad todos los eslabones de la cadena logística, productiva y comercial del mismo, ya que en uno o más de esos niveles puedes encontrar tu verdadera fortaleza u oportunidad.
- Así también se puede descubrir importantes aliados para hacer sinergias, alianzas y otras acciones conjuntas.



**Paso 3: Adecuar estructura de costos
al mercado internacional**

- Tener muy clara la estructura de costos, tanto para el mercado local como el internacional.
- Así, al negociar en cada país con clientes potenciales se puede planear políticas de descuentos o hacer posibles variaciones y adaptaciones a la oferta sin ver afectada la operación.



Paso 4: Analizar diferentes
mercados de destino

→ Evitar paradigmas o actuar por costumbre que impulsan a iniciar internacionalización en países en los que se tienen contactos o suenan mucho en medios. Ej.: EEUU, China o Japón.

→ Debe hacerse una macro segmentación de mercados que determine criterios de selección, otorgue pesos e incluya también, y por separado, diversas ciudades grandes.



**Paso 5: Evaluar diversas alternativas
para ingreso al mercado**

- Exportación es la forma más tradicional y conocida para entrar a un mercado internacional, pero en muchos casos no es la más conveniente.

→ Analizar también otras opciones, como el *e-commerce*, las franquicias, licencias, alianzas estratégicas, *joint ventures*, la instalación de una filial de venta y/o producción, entre otras.



Paso 6: Visitar mercados de manera individual o grupal

→ Hacerlo como parte del estudio de mercado (antes de entrar) y periódicamente (una vez dentro).

→ Nada reemplaza la interacción personal, así se vende de manera virtual. La relación de confianza cobra más importancia en un negocio internacional.



Paso 7: Evaluar envío de muestras
y/o realización de pruebas piloto

→ Puede ser el último paso previo al lanzamiento formal en el nuevo mercado.

→ Serán de gran utilidad para hacer algunos últimos ajustes al producto o servicio por ofrecer y evitar un mal ingreso o "entrada en falso".



Paso 8: Recordar que internacionalidad
puede ser de dos vías

Si ya se vende en Perú con algún éxito y esto anima la incursión internacional, recordar que nuestro país es considerado emergente → con un crecimiento por encima del promedio mundial.

→ Este crecimiento puede ser mayor en algunas ciudades del interior o distritos de la capital.

→ Evaluar importación o representación en Perú de una nueva línea o marca de productos y ser esa la primera experiencia internacional.



Al internacionalizarse, se obtiene un mejor conocimiento de qué ofrece la competencia y las novedades y avances del sector.

Esto fomentará la innovación para ofrecer nuevos productos, permite mejorar la competitividad y aumentar las ventas.

Pasos a seguir para ser una PYME internacional

Jorge Gil Infantes

Jorgegil.infantes@gmail.com

Seminario Miércoles del Exportador - PromPerú

11 de setiembre de 2019

Lima, Perú