

Exportando con **Exporberto**



**TEMA:
GESTIÓN DE CONTACTOS
COMERCIALES DEL EXTERIOR**

Contenido

Indicaciones generales	1
¿Dónde nos encontramos en el curso?	1
Objetivo general	1
Objetivos específicos de aprendizaje	1
Introducción	2
1. Gestión de contactos comerciales del exterior	3
1.1. Rol de las instituciones de apoyo al comercio exterior	3
Referencias bibliográficas	7
Sobre PROMPERÚ	8
Contáctanos	8

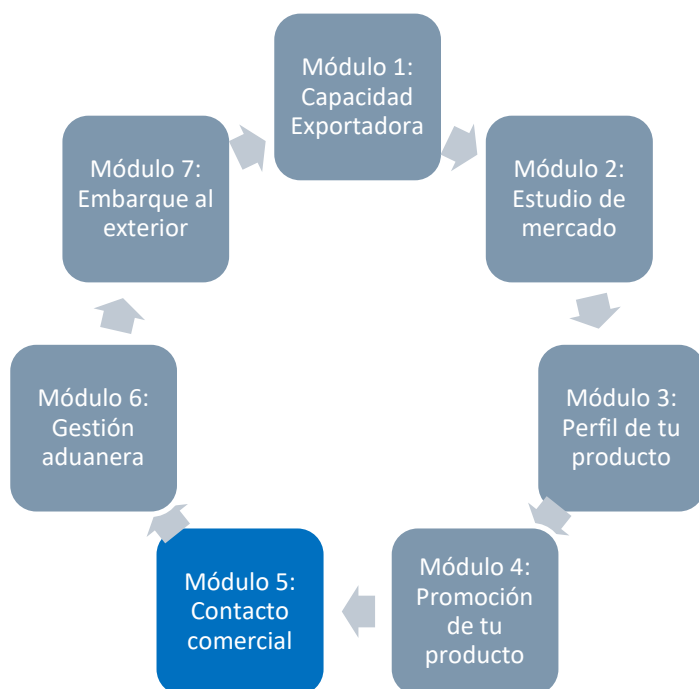
Indicaciones generales



Amigo exportador:

Queremos que este curso sea didáctico y de gran utilidad, para ello necesitamos tu colaboración. Aquí te explicamos el marco general de este tema.

¿Dónde nos encontramos en el curso?



Módulo 5: Contacto comercial

Tema 1. Gestión de contactos comerciales del exterior

1. Rol de las instituciones de apoyo al comercio exterior

Objetivo general

Este tema te permitirá identificar los métodos de evaluación de contactos comerciales.

Objetivos específicos de aprendizaje

A través del desarrollo del tema "Gestión de contactos comerciales del exterior", podrás:

- Identificar las principales herramientas de gestión de conocimiento y evaluación de contactos comerciales.

Introducción

En el módulo 4 "Promoción de tu producto" se presentaron las estrategias, herramientas y actividades de promoción comercial, las cuales permiten a la empresa informar acerca de Los productos y servicios, persuadir al comprador o consumidor potencial y generar recordatorio en ellos.

La promoción comercial es importante para generar contactos comerciales, pero resulta vital que la empresa conozca las diversas herramientas para convertir estos contactos en clientes compradores de los productos y servicios que son ofrecidos.

En una operación entre exportador e importador, la distancia separa a las partes que intervienen en la misma: el primero, no tiene la seguridad de recibir el pago de su mercadería, y el segundo, no sabe si le van a enviar los productos pedidos, y tampoco puede comprobar personalmente su calidad, como en una operación cara a cara.



Fuente: Guía Financiero para Empresas Exportadoras. Tomo I. Guía práctica para entender los productos de comercio exterior bancarios.

Para minimizar los riesgos potenciales de la operación de compraventa internacional, se debe gestionar adecuadamente el conocimiento de los contactos comerciales y evaluarlos, identificar las herramientas financieras que brindan mayor seguridad al exportador, presentar a los potenciales clientes cotizaciones detalladas y negociar los términos y condiciones de forma idónea con el fin de establecer contratos internacionales que sustenten los acuerdos entre las partes. Estos temas se verán a lo largo del presente módulo.

1. Gestión de contactos comerciales del exterior

En el módulo 4 “Promoción de tu producto” se desarrollaron los temas relacionados a la promoción comercial y la generación de contactos comerciales en el exterior para establecer potenciales ventas. El esfuerzo realizado no concluye en la obtención de estos contactos, por el contrario, la empresa debe proceder a contactarse con cada uno de ellos a fin de presentar sus productos y servicios y ponerlos en conocimiento de la oferta.

Dentro de este universo, es muy importante verificar ciertos datos del potencial cliente, tales como su dirección, su fecha de establecimiento, el flujo de sus operaciones, sus relaciones bancarias, sus referencias comerciales, si está asociado a algún gremio empresarial, entre otros. Esta investigación permite determinar si el cliente es una empresa formal y correctamente establecida, evitando tratar con empresas inexpertas, de tamaño reducido o baja capacidad financiera.

En ese sentido, existen instituciones que brindan soporte al comercio exterior, a fin de minimizar el riesgo que existe en operaciones donde no se tiene un conocimiento claro de la contraparte.

1.1. Rol de Las instituciones de apoyo al comercio exterior

En el módulo 4 “Promoción de tu producto” se presentaron las diferentes formas de establecer contactos comerciales:



Mezcla de promoción (publicidad, promociones de venta, relaciones públicas y venta personal)



Actividades de promoción comercial (ferias internacionales, ruedas de negocios y misiones comerciales)



Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior

Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior (OCEX)



Directorios y plataformas especializadas



Redes empresariales (asociaciones y gremios empresariales y cámaras de comercio)



Publicidad y marketing 2.0 (e-commerce, e-marketing, página Web y redes sociales)

Una vez identificados los potenciales contactos comerciales, se hace necesario evaluarlos. Algunos aspectos a analizar son los siguientes:

Identificación

- Número de registro de compañía (en el caso de Perú, es el Registro Único de Contribuyente o RUC).
- Nombre de la compañía.
- Domicilio registrado y domicilio corporativo.
- Teléfono/ fax/ e-mail o correo electrónico/ sitio Web.

Historia

- Información de registro.
- Capital
- Acciones.
- Historia de la empresa.

Administración

- Nombre de los directores.
- Cargos.
- Experiencia de directivos y ejecutivos.
- Información de la organización.

Operación

- Actividad comercial
- Marcas.
- Importaciones/ exportaciones.
- Empleados.
- Equipos o maquinaria.
- Capacidad de contratación.

Pagos

- Referencias comerciales.

Bancos

- Bancos.
- Referencias del banco.

Evaluación

- Patrimonio Neto.
- Ventas.

Demandas

- Problemas Legales

Información financiera

- Análisis financiero
- Riesgo financiero,
- Información financiero y ratios.

Otros aspectos

- Gestión de calidad.
- Gestión ambiental
- Gestión de seguridad y salud.
- Responsabilidad social.



¡Reflexiona!: ¿Cuánto conoces acerca del potencial cliente?

Escríbenos para poder estar a tus comentarios





exportaciones@promperu.gob.pe | WhatsApp: (+51) 990 060 194

Las formas más empleadas para identificar y evaluar estas informaciones son las siguientes:

- Verificación de las referencias comerciales y bancarias proporcionadas por el propio cliente potencial
- Requerimiento de referencias bancarias solicitadas por el exportador a través de su propio banco.
- Solicitud de referencias comerciales gestionada por medio de redes empresariales, directorios, plataformas especializadas y las encinas Comerciales del Perú en el Exterior (OCEX).
- Las páginas Web también facilitan información para obtener referencias de ciertos clientes a través de listas o comunidades virtuales.
- Contratación de empresas especializadas en calificar e investigar referencias.

Las empresas especializadas del último punto se denominan centrales de riesgo y son entidades que recolectan y tratan información de riesgos relacionada con personas naturales o jurídicas,

con el propósito de difundir reportes de crédito acerca de éstas. Entre las más conocidas y que cuentan con oficinas en Perú, tenemos las siguientes:

DATOS DE INTERÉS	
	<u>Dun & Bradstreet</u> es la principal fuente mundial de información comercial con más de 174 años de experiencia.
	<u>COFACE</u> es una empresa líder en el monitoreo del riesgo comercial y crediticio de empresas en 100 países.
	<u>Experian</u> es un líder mundial en servicios de información, soluciones analíticas y mercadotecnia, con presencia en más de 80 países.
	<u>Equifax</u> es una empresa global de soluciones de información con presencia en 24 países



¡Recuerda!

Las oficinas comerciales del Perú en el Exterior (OCEX) y las redes empresariales (asociaciones y gremios empresariales, así como las cámaras de comercio) tienen un rol muy importante en la gestión de información de contactos comerciales, ofreciendo referencias de las potenciales clientes.

Referencias bibliográficas

COFACE (2017) Página Web de COFACE (<http://www.coface.com.pe/>)

DUN & BRADSTREET (2017) Business Information Report (<http://www.dnbperu.com/businesscredits.php>)

EQUIFAX (2017) Página Web de EQUIFAX (<http://www.equifax.pe/home>)

EXPERIAN (2017) Página Web de EXPERIAN (<http://www.experian.com.pe/>)

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO (MINCETUR) (2013) El ABC del Comercio Exterior. Guía de capacidades gerenciales de comercio exterior. Volumen I. Perú: MINCETUR (http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/Documentos/manuales/guia_de_capacidades_gerenciales_w_r.pdf) (páginas 40 – 41, 59 – 60)


Sobre PROMPERÚ


La Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo-PROMPERÚ tiene como objetivo posicionar al Perú en el mundo a través de la promoción de su imagen, sus destinos turísticos y sus productos de exportación con valor agregado, contribuyendo al desarrollo sostenible y descentralizado del país.


En el campo de las exportaciones PROMPERÚ ofrece una amplia gama de servicios que promueven la internacionalización de las empresas peruanas:

- Orientación e información: servicios de orientación personalizada e información especializada sobre exportaciones e internacionalización empresarial.
- Capacitación: la más variada oferta de talleres y seminarios sobre comercio internacional que le permitirán fortalecer y ampliar sus conocimientos para exportar.
- Asistencia empresarial: asistencia técnica especializada y herramientas de adaptación del producto, gestión empresarial, facilitación y calidad que le permitirán dar el gran salto hacia la exportación de sus productos y servicios.
- Promoción: herramientas de promoción y contacto con compradores internacionales que permitirán ampliar su cartera de clientes con una mayor exposición de sus productos.

Contáctanos

 Plataforma de atención al exportador
[Av. Jorge Basadre 610 - San Isidro - Lima – Perú](#)

 WhatsApp: (+51) [990 060 194](tel:990060194)

 Aló Exportador: (+51) [604-5601](tel:6045601) | [604-5602](tel:6045602)

 Correo electrónico: exportaciones@promperu.gob.pe

 TelExportemos: solicita una cita virtual en <https://bit.ly/3rtjSQh>

 <https://www.facebook.com/promperu>

 <https://www.youtube.com/@promperu>

 <https://twitter.com/Promperu>

www.promperu.gob.pe

