

AESEC

¿Cómo exportar con un departamento externo de extranjero?

22 noviembre 2012

Ponente: Pablo O. Gómez

Dir. Oftex

INDICE

2

- 1. Internacionalización de la Empresa.**
- 2. Mercados Internacionales.**
- 3. Alternativas de Internacionalización.**
- 4. Contratación internacional.**
- 5. Enlaces web recomendados.**
- 6. Servicio Integral.**

1. Internacionalización de la Empresa.

¿Estamos preparados para exportar?

- * Recursos financieros, solidez mercado nacional.
- * Capacidad productiva, Calidad, Cumplimiento de compromisos.
- * Formación del personal, Implicación de la Dirección.



1. Internacionalización de la Empresa.

Riesgos en la exportación (CDTRIP):

- * Cobro
- * Divisa
- * Transporte
- * Responsabilidad Civil
- * Incumplimiento de compromiso
- * Propiedad Intelectual



1. Internacionalización de la Empresa.

¿Y nuestro producto/servicio/modelo de negocio? ¿está preparado para internacionalizarse?

- * ¿es competitivo? ¿tiene valor añadido? ¿tiene algo especial que lo diferencie?)
- * ¿se puede adaptar al mercado de destino? (producto, precio, canal de distribución y promoción)



1. Internacionalización de la Empresa.

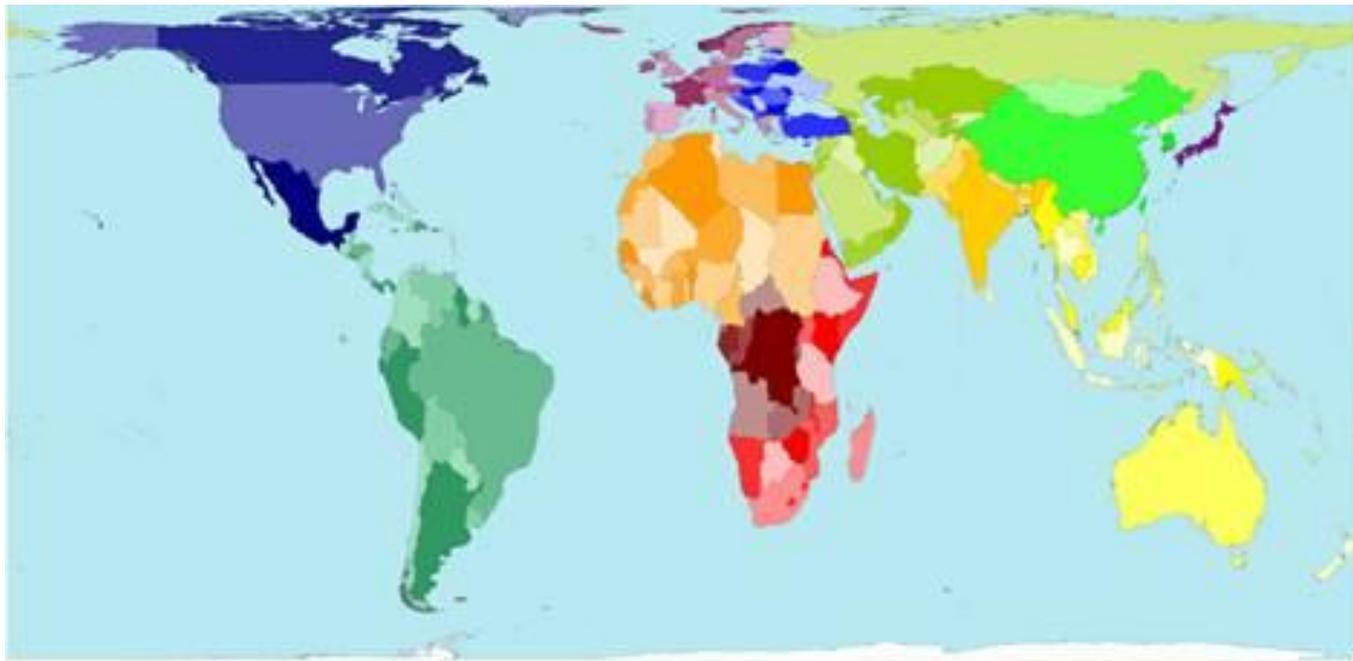
¡Adaptarse para ponérselo fácil al cliente!

- * Logística. Incoterms.
- * Aranceles.
- * Idiomas-cultura.
- * Promoción.
- * Cobro.
- * Contacto físico.
- * Muestras.
- * Pedidos iniciales.



1. Internacionalización de la Empresa.

Entorno económico

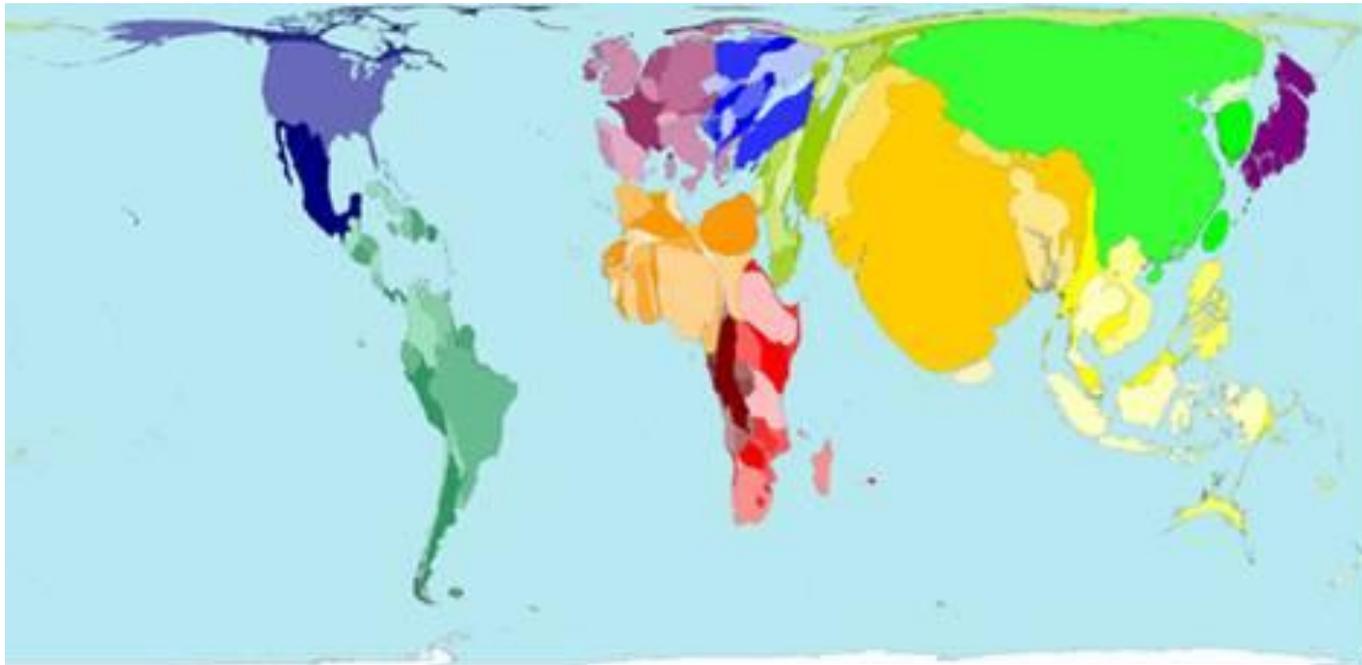


El mundo según la extensión del territorio de cada país

www.worldmapper.org

1. Internacionalización de la Empresa.

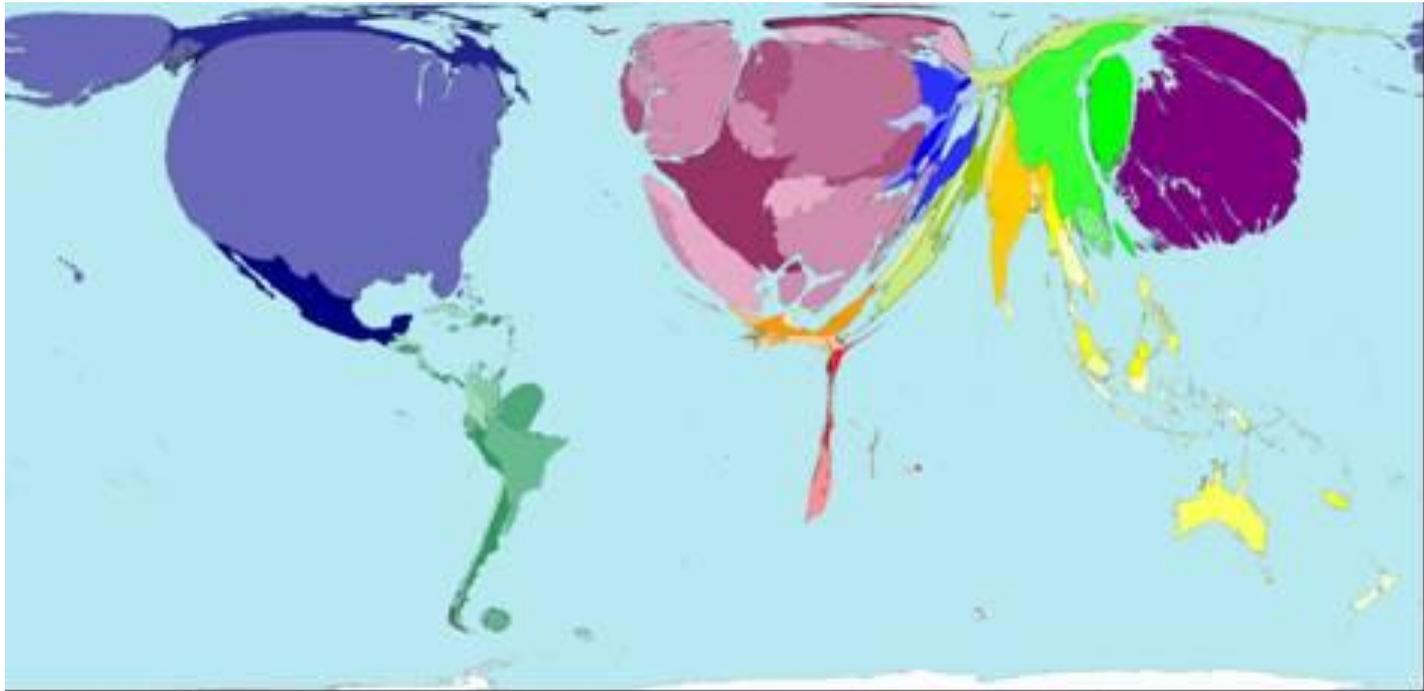
Entorno económico



El mundo según las poblaciones de cada país

1. Internacionalización de la Empresa.

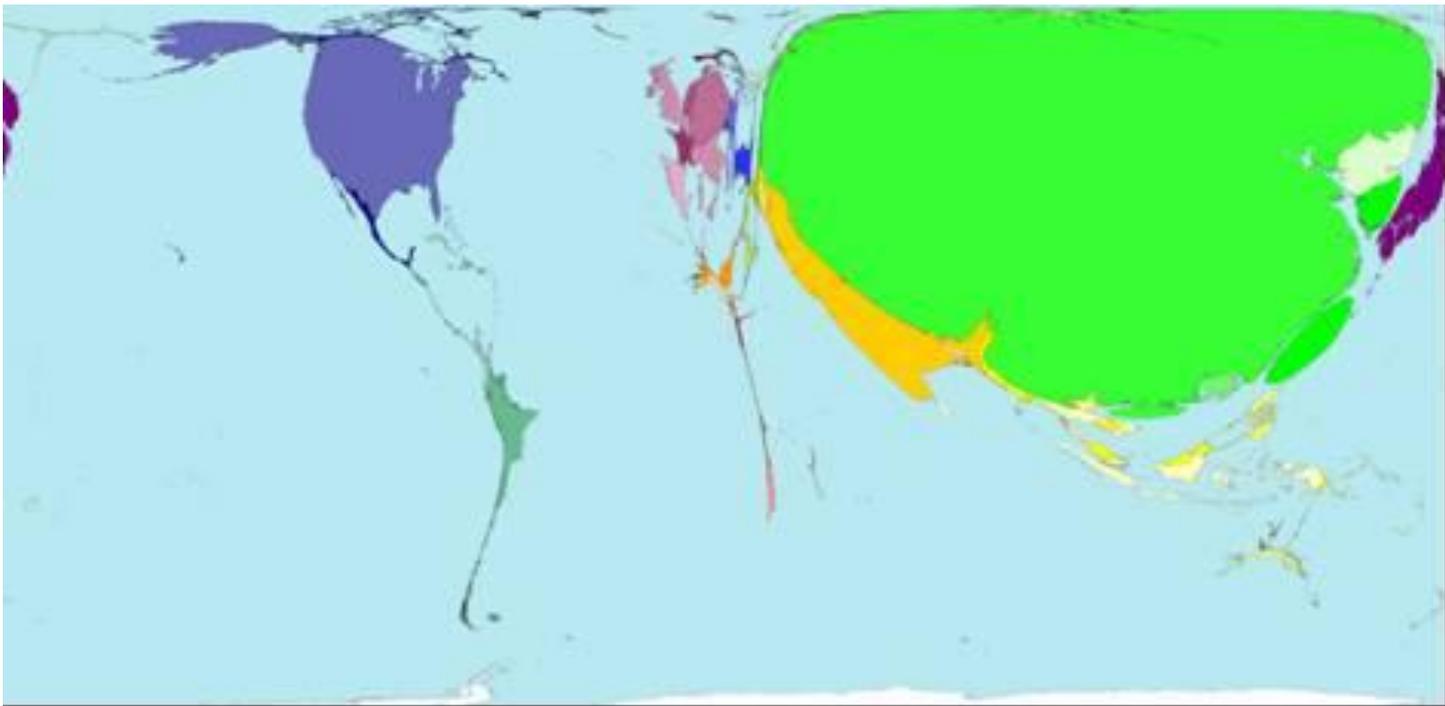
Entorno económico



El mundo según el Producto Interior Bruto de cada país

1. Internacionalización de la Empresa.

Entorno económico



El mundo según número de contenedores importados y exportados

1. Internacionalización de la Empresa.

¿A dónde exportar? Selección de mercados

- * Proximidad en Kms (coste del transporte).
- * Proximidad cultural.
- * Idioma.
- * Tamaño y crecimiento (Población y consumo)
- * Riqueza por habitante (Pib per cápita)
- * Barreras arancelarias y no arancelarias



1. Internacionalización de la Empresa.

¿A dónde exportar? Selección de mercados (cont.)

- * Volumen de exportaciones españolas al país.
- * Volumen de exportaciones de competidores extranjeros al país.
- * Riesgo país: Cesce, The Economist, Coface rating.
- * Nº de bancos españoles en el país
- * Nº de ferias sectoriales o multisectoriales.
- * Nº de oficinas comerciales estatales-autonómicas y cámaras de comercio.



2. Mercados Internacionales.

Zonas Económicas

- UE: 500 mills hab. Pib per cápita: 37.194us\$ (2008)



2. Mercados Internacionales.

Zonas Económicas

- NAFTA: 446 mills hab. Pib per cápita: 37.810us\$ (2008)



2. Mercados Internacionales.

Zonas Económicas

- Futuro Mercado Común Panasiático (2015): 3.100 mills hab. China, India, Japón y sureste asiático ASEAN (16 países).



2. Mercados Internacionales.

Mercados emergentes

BRIC

- Brasil
- Rusia
- India
- China



¿Cómo seleccionar mercados?

Mercados emergentes B R I C

•Brasil

Población: 190 mills. hab.

Población
(clase media): 100 mills. Hab.
(entre 650 y 2.800
dólares de ingresos
mensuales).

Crecimiento PIB 2011: 2'7%



¿Cómo seleccionar mercados?

Mercados emergentes B R I C

•Rusia

Población: 142 mills hab

Población (clase media): 22 mills hab.
 ingresos Moscú (de 800 a 7.000 dólares mensuales)

Crecimiento PIB 2011: 4'3%



¿Cómo seleccionar mercados?

Mercados emergentes B R I C

•India

Población: 1.192 mills. hab.

Población
(clase media): 300 mills. hab.
ingresos mensuales,
275 € y 1.387 euros.

Crecimiento PIB 2011: 7'8%



¿Cómo seleccionar mercados?

Mercados emergentes B R I C

•China

Población: 1.313 mills. hab.

Población
(clase media): 260 mills. hab.
ingresos mensuales (450€)

Crecimiento PIB 2011: 9'2%



2. Mercados Internacionales.

Mercados emergentes

CIVETS

- Colombia
- Indonesia
- Vietnam
- Egipto
- Turquía
- Sudáfrica



Medio de pago	Descripción	Seguridad de cobro	Confianza en el importador	Momento del cobro	Gastos bancarios	Consejos // Observaciones
Transferencia bancaria anticipada	Operación bancaria que consiste en cambiar dinero de la cuenta del importador a la del exportador en el valor de la mercancía	Máxima	Mínima	Antes de la exportación	Bajo <i>Exportador:</i> normalmente nulo <i>Importador:</i> gastos de transferencia según país y acuerdo	Se utiliza con países de poca seguridad de cobro como por ejemplo los países en desarrollo. También con países desarrollados cuando existe una gran desconfianza con el importador o durante las primeras operaciones.
Crédito documentario (L/C)¹	Contrato de compra-venta con aval bancario	Máxima	Mínima	Según lo acordado: a la vista, a 30, 60, 90 ó 120 días y sólo contra entrega de la documentación completa	Alto. El banco del exportador cobra aprox. el 1%. En el caso de un crédito documentario confirmado se sube un 0,25% más. <i>¡Cuidado con el parágrafo que indica quien tiene que pagar los gastos! Lo habitual es que cada parte pague los gastos que se producen en su país.</i>	Siempre debe de ser "Irrevocable" y confirmado por un banco español. Se utiliza para pedidos de gran volumen o con países fuera de la UE o con culturas muy distintas como la árabe. El exportador debe cumplir con todos sus compromisos (plazos de entrega, forma de envío, documentación...) para garantizarse el buen fin de la operación. Es imprescindible comprobar el borrador del crédito documentario para corregirlo en el primer instante y evitar altos gastos de modificaciones.
Contra Documentos	Envío de los documentos comerciales ² al banco del exportador, quien a su vez los entregará al banco del importador contra pago de la mercancía.	Media	Media	Posterior a la exportación	Alto	Alternativa al crédito documentario pero debe haber mayor confianza con el importador ya que este puede negarse a aceptar los documentos y pagar. Si esto ocurre el exportador tendrá que asumir los gastos de transporte de ida y de vuelta a su almacén.

Medio de pago	Descripción	Seguridad de cobro	Confianza en el importador	Momento del cobro	Gastos bancarios	Consejos // Observaciones
Cheque personal	Documento emitido por la empresa importadora a nombre del exportador, para cobrar después del envío de la mercancía.	Mínima	Máxima	Según lo acordado: a la vista, a 30, 60, 90 ó 120 días	Bajo <i>Exportador:</i> coste bajo. <i>Importador:</i> nulo	Aconsejable en el caso que el pago está asegurado por una compañía de crédito a la exportación.
Transferencia	Operación bancaria que consiste en cambiar dinero de la cuenta del importador a la del exportador en el valor de la mercancía. Se realiza posterior de la exportación.	Mínima	Máxima	Según lo acordado: a la vista, a 30, 60, 90 ó 120 días	Bajo <i>Exportador:</i> normalmente nulo. <i>Importador:</i> gastos de transferencia según país y acuerdo.	Aconsejable en el caso que el pago está asegurado por una compañía de crédito a la exportación. ¡Ojo! La transferencia podría ser revocada en los siguientes 10-15 días de recibir el ingreso.

1 - L/C: Letter of credit.

2- Documentos comerciales: originales de factura, lista de contenido, documento de transporte y certificados demandados.

3. Alternativas de Internacionalización.

Exportación. Selección del canal de distribución

- * Importador-Distribuidor
- * Grandes detallistas, cliente final
- * Agentes comerciales
- * Piggy-back

Joint Venture

Filial comercial

Implantación productiva



3. Alternativas de Internacionalización.

Exportación. Selección del canal de distribución

Perfil del Importador-distribuidor (partner):

- * Experiencia en el sector. Antigüedad de la empresa.
- * Tamaño de empresa: Volumen de facturación. Nº de empleados.
Nº de comerciales propios y externos.
- * Territorio cubierto.
- * Productos que distribuye.
- * Tipo de cliente (mayoristas, detallistas o consumidor final).
Algunos nombres.
- * Segmento de clientes.
- * Márgenes con los que trabaja.
- * Solvencia.



3. Alternativas de Internacionalización.

Exportación. Selección del canal de distribución

Perfil del Agente comercial:

- * Experiencia en el sector. Edad.
- * Volumen de ventas. Nº de subagentes.
- * Nº de Productos/marcas que representa (nacionales o extranjeros).
Nombres. ¿Son complementarios con los nuestros?
- * Territorio cubierto.
- * Tipo de clientela (mayoristas, detallistas o consumidor final).
Algunos nombres.
- * Segmento de clientes.
- * Comisión con la que trabaja.



4. Contratación Internacional.

Tipo de Contrato	Objeto del contrato	Definición	Comentarios	Legislación aplicable
Contrato de compraventa internacional de mercaderías	Compra-venta de productos/servicios	El vendedor se obliga a entregar el producto/servicio al comprador , quién pagará según las condiciones pactadas. Esta operación requiere ánimo de lucro, profesionalidad, habitualidad y permanencia.	Debe contener las especificaciones técnicas del producto/servicio, las condiciones de entrega y los términos de pago. Se recomienda formalizarlo por escrito. A través de email es válido.	Convención de Viena de 1980 sobre los contratos de compraventa internacional de mercaderías
Contrato de agencia comercial internacional	Servicios de representación y venta	El agente se obliga frente al principal (exportador) de manera continuada y estable, a promover operaciones de comercio exterior por cuenta ajena, sin asumir el riesgo a cambio de una remuneración.	Especificar bien el territorio cubierto y obligación del agente de hacer informes periódicos. Conviene fijar unos objetivos de venta y unos plazos de cumplimiento. La retribución suele ser únicamente una comisión por venta realizada.	Directiva 86/653/CEE, relativa a los agentes comerciales independientes; y la Ley 12/1992, de 27 de mayo, sobre el contrato de agencia.
Contrato de concesión o distribución comercial internacional	Distribución de mercancías en exclusiva	El fabricante (concedente) se compromete a vender sus productos/servicios en exclusiva al distribuidor (concesionario) en un determinado territorio y con fines de reventa.	Es una cooperación interempresarial duradera o estable. Se aconseja acordar un pedido mínimo inicial así como unos objetivos de venta anuales.	Reglamento CEE 1983/83 de la Comisión, de 22 de junio de 1983, relativo a la aplicación del apartado 3 del artículo 85 TCE a determinadas categorías de acuerdos de distribución exclusiva.
Contrato de joint venture internacional	Creación de empresa mixta en el extranjero	Cooperación entre empresas radicadas en distintos países para constituir una empresa conjunta con personalidad jurídica propia, para acometer determinadas actividades gracias a las aportaciones de los socios: de capital, tecnología, Know-how o mano de obra.	Conviene establecer el método de valoración de la empresa por si algún socio quisiera vender su participación y salir de la Joint-venture.	Reglamento CE 447/98 de la Comisión, de 1 de marzo de 1998, relativo a las notificaciones, plazos y audiencias contemplados en el Reglamento CEE 4064/89, de 21 de diciembre de 1989, sobre el control de las operaciones de concentración entre empresas (DOCE L 61, de 2 de marzo de 1998).

5. Enlaces webs recomendados.

aduanas.camaras.org estadísticas ex-im España

www.icex.es: estudios de mercado

www.icex.es: (todos nuestros servicios, comercio exterior, direcciones de interés) estudios de mercado, estadísticas, ferias, organismos públicos, asociaciones sectoriales, etc.

www.icex.es: (red exterior) ofcomes

www.el-exportador.com: (buscar) notas sectoriales

www.camaras.org: (plan cameral) misiones comerciales

www.export.gov: (market research, market research library)
estudios de mercado



5. Enlaces webs recomendados (cont.).

www.kompass.com

base datos empresas

www.hemscott.com

base datos empresas RU

www.iucab.nl/nl

agentes comerciales

www.camaras.org (internacionalizar, información para internacionalizar)
guías online

Varios (convertidores, traductores, mapas, horarios, temperatura, logística, boletines económicos, clasificación arancelaria, etc.)



6. Servicio Integral.

Equipo de exportación

Responsable de estrategia



Pablo O. Gómez
(Director)

Economista de exportación.
Selección de mercados y
canales de acceso.

Gestores de exportación

Laure Guigal, Catharina Schönian
y Zuzana Jirkovska



Responsables de la coordinación
y ejecución de los planes de
acción e internacionalización.

Asistentes de exportación

Matías González, Juliana Ferreira
y Grace Noamessi



Responsables de investigación
de mercados y contacto con
importadores o socios
extranjeros.

- ✓ Gestores de exportación con más de 15 años de experiencia.
- ✓ Más de 100 empresas asesoradas.
- ✓ Conocimiento de 30 sectores.

6. Servicio Integral.

Especialistas



Responsable de
cobros

José Antonio
González



Abogado
especialista en
comercio exterior

Alfonso Ortega



Responsable de
aduanas y
logística

Enrique Díaz



Responsable de
marketing y
promoción

Francisco Torreblanca

Especialistas en:

- ✓ Cobro internacional.
- ✓ Legislación internacional.
- ✓ Aduanas.
- ✓ Transporte.

Corresponsales

Oftex en el resto del mundo

Europa

Alemania Britta Werkmis International Business Administration Berlín Población est. 82.163.000 PIBpc: 37.428 \$	Francia Eloïde Gobbato International Business París Población est. 63.126.000 PIBpc: 34.858 \$	Reino Unido Marisol Foster Market Researcher Londres Población est. 62.417.000 PIBpc: 35.645 \$	Italia Chiara Farini Market Researcher Roma Población est. 60.789.000 PIBpc: 28.888 \$	Rusia Ana Jaturitseva Market Investigation Moscú Población est. 142.836.000 PIBpc: 16.840 \$	Suiza Svein Hermansen Market Investigation Zúrich Población est. 7.702.000 PIBpc: 42.857 \$	Holanda Chanine Boots Social & Market Investigation Ámsterdam Población est. 16.665.000 PIBpc: 41.691 \$	Austria Heinz Koderhold Business Development Viena Población est. 8.413.000 PIBpc: 40.978 \$	
Dinamarca Silvia R. Larsen International Management Copenhague Población est. 5.573.000 PIBpc: 37.585 \$	Bélgica Aurélie Bretel Market Researcher Bruselas Población est. 10.754.000 PIBpc: 36.834 \$	República Checa Jana Hercegová International Distribution Praga Población est. 10.566.000 PIBpc: 25.526 \$	Eslovaquia Jana Hercegová International Distribution Bratislava Población est. 5.480.000 PIBpc: 23.198 \$	Portugal Elisabete Coutinho Market Researcher Lisboa Población est. 10.690.000 PIBpc: 23.078 \$	Polonia Ewa Kalucynska International Management Varsovia Población est. 38.299.000 PIBpc: 19.887 \$	Hungría Nagy Sándor Commercial Representative Budapest Población est. 9.966.000 PIBpc: 19.501 \$	Lituania Simonas Krasauskas Global Economy Vilna Población est. 3.218.684 PIBpc: 18.278 \$	
Croacia Tatjana Radolović Market Researcher Zagreb Población est. 4.396.000 PIBpc: 18.103 \$	Turquía Yesim Erdogan Market Researcher Ánkará Población est. 73.640.000 PIBpc: 14.076 \$	Bulgaria Vesselin Marinova Market Investigation Sofía Población est. 7.446.000 PIBpc: 13.448 \$	Rumanía Sorin Bilitz Market Investigation Bucarest Población est. 21.436.000 PIBpc: 12.192 \$	Albania Dorina Avdiq Market Researcher Tirana Población est. 3.216.000 PIBpc: 7.752 \$	Ucrania Yulia Shevtsova Business Administration Kiev Población est. 45.190.000 PIBpc: 7.126 \$	África		
Egipto Hassan Soliman Market Investigation El Cairo Población est. 82.537.000 PIBpc: 6.361 \$	Túnez Ameur Fatmi Marketing and Sales Techniques Túnez Población est. 10.594.000 PIBpc: 9.610 \$	Nigeria Nancy Martínez International Business Abuja Población est. 162.471.000 PIBpc: 2.546 \$	Senegal Pierre Gomis Market Investigation Dakar Población est. 12.768.000 PIBpc: 1.877 \$	Mali Rafael Ángel Logistics Expert Bamako Población est. 15.840.000 PIBpc: 1.302 \$	Ucrania Yulia Shevtsova Business Administration Kiev Población est. 45.190.000 PIBpc: 7.126 \$	Argelia Samir Chaib Business Administration Argel Población est. 35.980.000 PIBpc: 7.179 \$	Marruecos Hicham Rahimi Market Researcher Rabat Población est. 32.273.000 PIBpc: 4.939 \$	
Egipto Hassan Soliman Market Investigation El Cairo Población est. 82.537.000 PIBpc: 6.361 \$	Túnez Ameur Fatmi Marketing and Sales Techniques Túnez Población est. 10.594.000 PIBpc: 9.610 \$	Nigeria Nancy Martínez International Business Abuja Población est. 162.471.000 PIBpc: 2.546 \$	Senegal Pierre Gomis Market Investigation Dakar Población est. 12.768.000 PIBpc: 1.877 \$	Mali Rafael Ángel Logistics Expert Bamako Población est. 15.840.000 PIBpc: 1.302 \$	Asia		China Ivy Liu Market Researcher Pekín Población est. 1.347.565.000 PIBpc: 8.288 \$	India Shantanu Samak Business Management Nueva Delhi Población est. 1.241.492.000 PIBpc: 3.608 \$
Filipinas Allen Go International Management & Marketing Manila Población est. 94.852.000 PIBpc: 3.890 \$	Emiratos Árabes Unidos Jamal Alani International Logistics Abu Dhabi Población est. 8.260.000 PIBpc: 265.921 \$	Australia Amy-Ruth MacDonald International Trade Canberra Población est. 22.724.616 PIBpc: 40.816 \$	Estados Unidos Esther Diz Business Management Washington DC Población est. 313.085.000 PIBpc: 48.665 \$	Canadá Leticia Batista International Business Ottawa Población est. 34.350.000 PIBpc: 39.981 \$	México Hilda L. Bravo Business Management México D.F. Población est. 114.793.000 PIBpc: 15.113 \$	Brasil Erik Simoes Marketing Brasilia Población est. 196.655.000 PIBpc: 11.767 \$	Argentina Roberto González Market Researcher Buenos Aires Población est. 40.765.000 PIBpc: 16.831 \$	
Chile Walter Gudiño International Commerce Engineer Santiago de Chile Población est. 17.270.000 PIBpc: 15.998 \$	Venezuela Luis Samuel Marín Martínez International Business Caracas Población est. 29.437.000 PIBpc: 11.930 \$	Costa Rica Fiorella Blanco International Management & Marketing San José Población est. 4.727.000 PIBpc: 11.662 \$	Colombia Leonardo Duran Business Administration Bogotá Población est. 46.927.000 PIBpc: 9.997 \$	República Dominicana David Martín Maganto International Distribution Santo Domingo Población est. 10.056.000 PIBpc: 9.257 \$	Ecuador Xavier Chum Freire Market Researcher Quito Población est. 14.666.000 PIBpc: 7.995 \$	Paraguay Miguel Ángel Aguilar Business Administration Asunción Población est. 6.568.000 PIBpc: 5.444 \$	Bolivia Gabriel Escalante Market Researcher La Paz Población est. 10.088.000 PIBpc: 4.759 \$	

Corresponsales nativos en más de 50 países.

- ✓ Prospección de mercado (competencia y clientes)
- ✓ Gestión comercial

6. Servicio Integral.



La forma más
inteligente de exportar

Nuestra propuesta de valor:

- ✓ Servicio Integral: externalización del departamento de exportación.
- ✓ Servicios Puntuales: para ayudar a empresas ya internacionalizadas.

¡Gracias!

Pablo O. Gómez

pgomez@oftex.es

The Facebook logo, consisting of the word "facebook" in white lowercase letters on a dark blue rounded rectangular background.

facebook.com/oftex

The Twitter logo, consisting of the word "twitter" in a light blue, lowercase, sans-serif font.

twitter.com/oftex