

ELEMENTOS A TENER EN CUENTA PARA ARMAR UN NEGOCIO ORIENTADO A LA EXPORTACIÓN



Marisa Bircher

Lic. Comercio Exterior

Posg. Marketing Internacional

Docente PAA – FAUBA

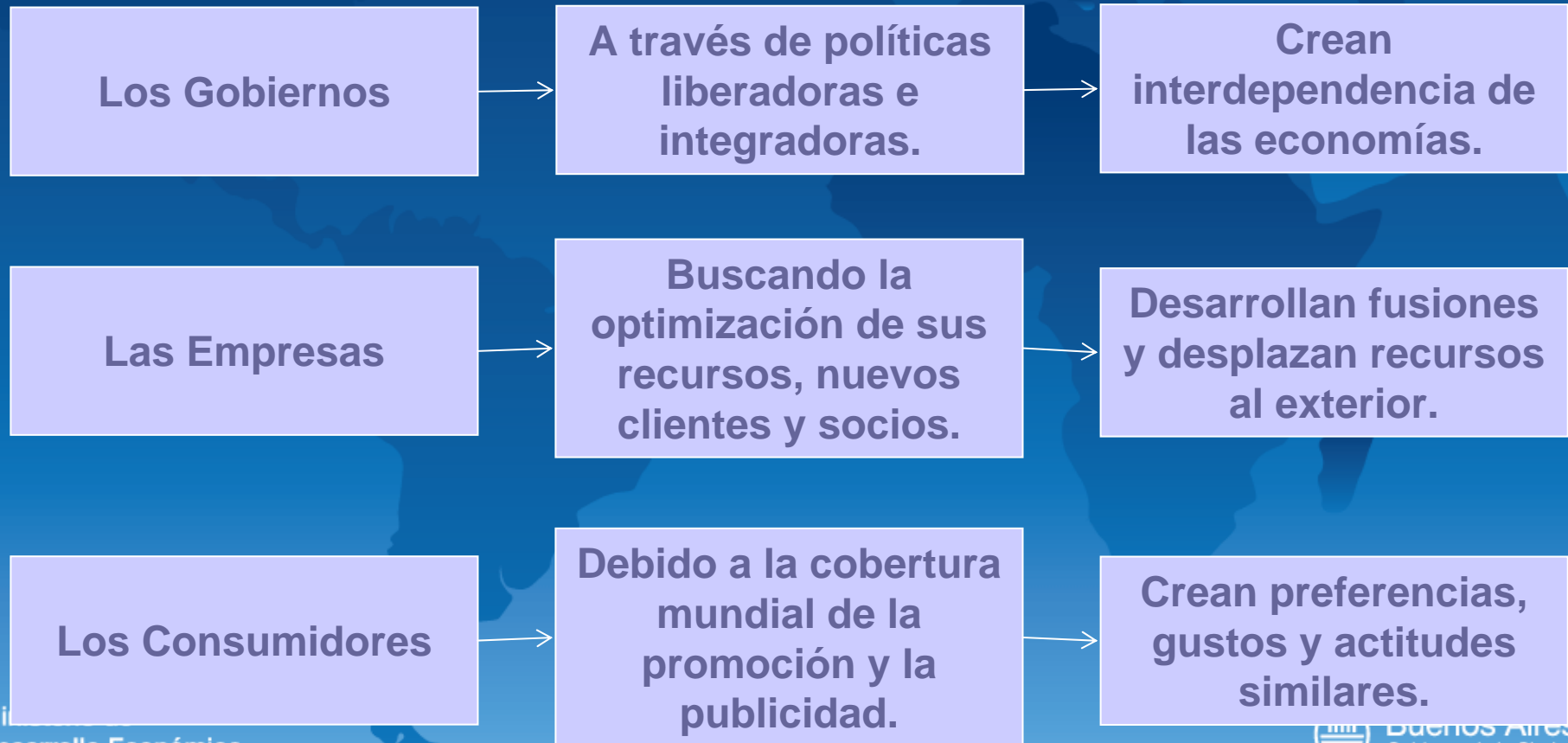
Coordinadora General

Dirección de Industrias Creativas y Comercio Exterior

Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires

PROCESO DE GLOBALIZACION

Acercamiento progresivo entre los agentes básicos que intervienen en la vida económica de un gran número de países



FACTORES DE LA GLOBALIZACION

El movimiento de la economía hacia la globalización se explica tanto por factores políticos, tecnológicos y financieros como por el propio comportamiento de las empresas.



EXPORTAR

RECONOCIMIENTO BASICO DE LA ESTRUCTURA ADUANERA

DESTINACIONES

INTEGRANTES FORMALES DE LA OPERATORIA

MEDIOS Y MODOS DE TRANSPORTE

IMPUESTOS – ARANCELES – ESTIMULOS

DOCUMENTACION INTERVINIENTE

PRE-REQUISITOS

**LA VOLUNTAD EMPRESARIA DE LLEVAR ADELANTE EL PROYECTO HASTA EL
LÍMITE DE SUS POSIBILIDADES,
PRODUCTOS DE CALIDAD ACEPTABLE,
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN LIBREMENTE DISPONIBLE,
ACCESO A FUENTES DE FINANCIACIÓN A COSTOS ACCESIBLES,
CUMPLIMIENTO DE REQUISITOS TECNICOS: PRODUCTOS + EMPRESA.**

**DEFINIR LA
REALIDAD
COMERCIAL**

**Identificación de
Mercados**

**ADAPTACIÓN
DE LA EMPRESA**

**Adecuación de la
oferta exportable**

**DESEMBARCO
EN EL
MERCADO**

**Prácticas inteligentes
de penetración**

A stylized world map in shades of blue, centered on the Atlantic Ocean, serving as the background for the slide.

INTELIGENCIA COMERCIAL

1) ¿Qué es la investigación de mercados?

Un estudio de mercado es el proceso de recopilar, procesar y analizar información que servirá para tomar decisiones y resolver problemas.

2) Cómo comprendo el mercado de exportación:

- Mercado meta y segmentación
- Tamaño del Mercado
- Medición de la demanda
- Identificación de la competencia
- Análisis de los canales de distribución
- Medir la Oferta: análisis del producto

3) Qué regulaciones debe cumplir mi producto:

- Arancelarias
- No arancelaria

4) Prácticas Comerciales:

- Conocer los términos de negociación
- Definir la forma de pago más conveniente
- Como voy a transportar mi producto al mercado de destino
- Qué documentos necesito para exportar

ORGANISMOS NACIONALES

- **Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto**
- **Fundación Export-AR**
- **Gobierno de la Ciudad BA: Dirección de Comercio Exterior**
- **Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa (SEPYME)**
- **Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación (SAGP)**
- **Comisión Nacional de Comercio Exterior (CNCE)**
- **Consejeros Comerciales extranjeros en nuestro país**
- **Cámaras empresarias Binacionales**
- **Entidades empresarias**
- **Cámara de Exportadores de la República Argentina (C.E.R.A.)**

ORGANISMOS NACIONALES

- ➔ Centro de Despachantes de Aduanas
- ➔ Dirección General de Aduanas (DGA)
- ➔ Dirección General Impositiva (DGI)
- ➔ Direcciones de Comercio Exterior de las Provincias
- ➔ Ministerios de Desarrollo Económico Provinciales
- ➔ Centro de Comercio Internacional (CCI)
- ➔ Instituto Latinoamericano de Integración (INTAL)
- ➔ Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC)
- ➔ Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA)
- ➔ Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI)
- ➔ Otras fuentes: Internet

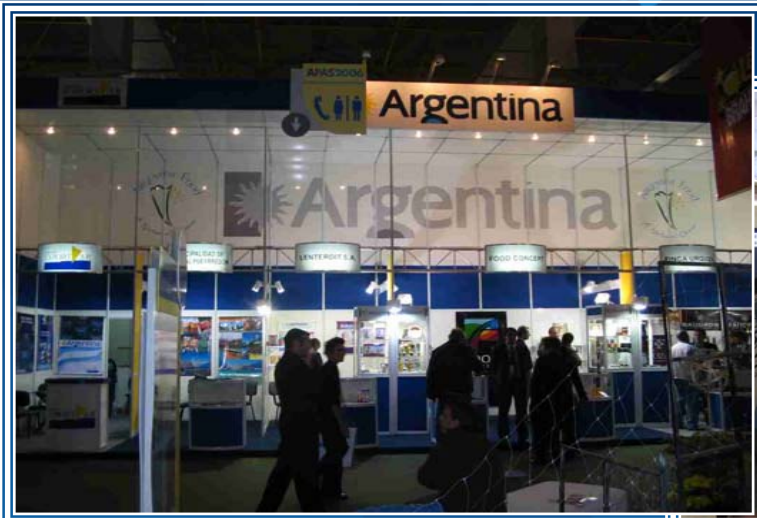
INFORMACION SOBRE EL MERCADO INTERNACIONAL

- Estudios de Mercados
- Coyuntura Internacional
- Flujos de comercio
- Acuerdos internacionales
- Ferias y Exposiciones Internacionales
- Países más activos en la promoción del Comercio Exterior
- Tendencias de flujos del comercio internacional

ORGANISMOS INTERNACIONALES

- ➔ FONDO MONETARIO INTERNACIONAL (FMI)
- ➔ BANCO MUNDIAL (BM)
- ➔ ORG. PARA LA COOP. Y DESARROLLO ECONOMICO (OCDE)
- ➔ ACUERDO GRAL SOBRE ARANCELES Y COMERCIO (GATT)
- ➔ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO (OMC)
- ➔ ORGANIZACIÓN DE LOS ESTADOS AMERICANOS (OEA)
- ➔ BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO (BID)
- ➔ PORTALES OFICIALES DE LA UE / MERCOSUR / NAFTA / ASIA PACIFICO
- ➔ ASOCIACION LATINOAMERICANA DE INTEGRACION (ALADI)

PROMOCION COMERCIAL



Fuente: F. Exportar

IR MÁS ALLÁ EN LA PROMOCIÓN COMERCIAL

“Producto Ampliado”

**Generación de marcas
comerciales**

**Relaciones estables con
clientes y socios de la cadena**

**Comunicación a nivel
internacional**

**Desarrollo de canales de
distribución directos**

**Asociaciones entre
empresas**

**Diferenciación en el más
amplio sentido**

Conclusiones generales

- Comprensión del entorno nacional e internacional
- Análisis interno de la empresa + producto + servicio
- Investigación de mercados = Decisiones
- Desarrollo de una estrategia de inserción = diferenciación
- Diseño de Comunicación
- Acciones de promoción



Actividad Constante + Dinámica + Mediano/largo plazo = Internacionalización

MUCHAS GRACIAS

LIC. MARISA BIRCHER

mbircher@buenosaires.gov.ar

Marisa.bircher@gmail.com