

Check-up N.º 1: ¿Por qué leer este libro?

Procure reflexionar respecto a las siguientes preguntas:

- En general, ¿aprovecha los mecanismos de los acuerdos internacionales y de los tratados de libre comercio para reducir las barreras del comercio exterior?
- ¿Ha encontrado dificultades en sus negociaciones internacionales por no saber manejar las diferencias culturales?
- ¿Conoce las principales cláusulas que debe contener un contrato internacional de agente comercial? (Entendemos por agente comercial, una empresa o un profesional que promueve los productos del exportador y es remunerado por medio de comisiones. Trataremos más sobre este tema en el capítulo 9).
- ¿Cuáles son las reglas que se deben observar para participar con éxito como expositor en una feria internacional?
- ¿Conoce profundamente las fuentes de información para administrar la internacionalización?
- ¿Qué ventajas podría obtener si participa en un consorcio de promoción de exportación? Entendemos por **consorcio de promoción de exportación** a un agrupamiento de empresas exportadoras con intereses comunes, cuyo objetivo es mejorar la oferta exportable. Esas empresas se reúnen en una entidad con personalidad jurídica, sin ánimo de lucro (en el capítulo 11 trataremos este tema con más amplitud).
- ¿Sabe cómo reducir los costes de gestión de las exportaciones por medio de la planificación fiscal internacional?
- En los mercados en los que su empresa opera, ¿acostumbra efectuar la investigación, el registro y seguimiento de la marca? Ante la duda, visite: www.wipo.int/portal/index.html.es
- ¿Sabe si es posible reducir los aranceles de importación de sus productos en el país destino hacia el cual los exporta?

- ¿Es competitivo en su almacén o en el almacén de su importador? (¿Utiliza los términos de comercio internacional “Incoterms 2010”, tipo *ex-works*, FOB, CIF, etc.? Para más información, visite:

www.incoterms.com

- ¿Conoce al menos diez formas distintas de buscar un importador?
- ¿Conoce las leyes de importación del país al cual quiere exportar?
- Para quienes reciben su catálogo o visitan su sitio web, ¿están claras sus ventajas competitivas?
- En su comunicación y promoción, ¿utiliza el criterio AIDA (Atención, Intereses, Deseo, Acción)?
- ¿Ha implantado en sus empresas una metodología para evaluar periódicamente la competitividad de la gerencia de exportación?
- ¿Está seguro de que opera en los mercados correctos y con los mejores socios?

Check-up N.º 2: Los primeros pasos

- Participar como expositor de una feria internacional, ¿puede ser el primer paso para iniciar un proceso de internacionalización?
- ¿Sabe evaluar su capacidad exportadora para determinar si está preparado para hacerlo?
- ¿Conoce cuáles son las principales etapas de un plan de exportación?
- ¿Conoce cuáles son las organizaciones de su país y del país importador que pueden brindarle asistencia para exportar?
- ¿Es determinante la dimensión de las empresas para lograr una operación exitosa en comercio exterior?
- ¿Cuándo debe empezar a exportar?
- ¿Cuáles son los cuatro pilares de la exportación?
- ¿Cuáles son los errores más comunes en un proceso de exportación?
- ¿Qué barreras pueden obstaculizar la exportación?

Para más información, visite:

<http://www.gestion.org/estrategica/comercio-internacional/pasos-para-exportar-con-exito/>
www.icex.es

Check-up N.º 3: Preparándose para la exportación

- ¿Todos los sectores de la empresa son conscientes de que la exportación tiene variables muy distintas con respecto al mercado interno?
- ¿Sabe cómo mejorar la integración del personal de los distintos sectores de la empresa?
- ¿Acostumbra a evaluar los riesgos?
- ¿Trabaja sobre la base de un plan de exportación o tiene una actitud pasiva que solo responde a las solicitudes de ofertas provenientes del exterior?
- ¿Conoce el tipo de apoyo que ofrecen las distintas instituciones locales e internacionales para fomentar la internacionalización?
- ¿Ha preparado una lista de los puntos fuertes de su producto y de su empresa para despertar el interés de los compradores potenciales?
- ¿Tiene suficiente capacidad de producción para satisfacer la demanda de su producto en el exterior sin que ello afecte a los posibles suministros a sus clientes locales?
- ¿Su empresa tiene alguna limitación con respecto al uso en el exterior de la patente o marca de su producto?
- ¿Está seguro de que puede exportar su producto?

Check-up N.º 4: Información para profesionalizar la internacionalización

- ¿Conoce la información clave para entrar a los mercados?
- ¿Conoce los principales sitios web en los cuales pueda buscar información sobre las ferias internacionales?
- ¿Dónde buscar información sobre el importante tema de patentes y marcas?
- ¿Conoce la actividad promocional de las cámaras de comercio bilaterales?
- ¿Conoce los principales sitios web sobre cómo buscar agentes de ventas en los mercados extranjeros?

Check-up N.º 5: Información

- ¿Ha seleccionado las fuentes de Internet más útiles para gestionar la exportación?
- ¿Cuáles son los parámetros para elaborar un perfil de mercado?
- ¿Cuáles son los datos más significativos de una investigación de productos?
- ¿Conoce los mecanismos de los principales acuerdos internacionales (TLC) para poder trazar un plan de acción que incluya diversos mercados? A seguir algunos links sobre el tema que trataremos más adelante en esta parte.

1. http://www.wto.org/spanish/tratop_s/region_s/regfac_s.htm
2. <http://rtais.wto.org/UI/PublicMaintainRTAHome.aspx>
3. <http://ptadb.wto.org/default.aspx>
4. <http://www.monografias.com/trabajos22/tratados-comerciales-mundiales/tratados-comerciales-mundiales.shtml>
5. <http://www.americaeconomia.com/node/103784>
6. <http://www.forumdecomercio.org/Conoce-bien-los-tratados-comerciales-internacionales/>

Check-up N.º 6: Comunicación y promoción

- ¿Alguna vez ha encontrado dificultades durante las negociaciones debido a ciertas actitudes incomprensibles que muestra su interlocutor?
- ¿Sabía que la primera característica de calidad de un ejecutivo internacional es identificarse con la forma de pensar de su socio en los negocios?
- ¿Modifica los argumentos de ventas según la región del mundo donde negocia?
- ¿Ha averiguado si mantiene la propiedad sobre su marca en los países a los que exporta?
- ¿Averigua si su marca tiene la misma eficacia en todos los países donde exporta o si debe invertir en una campaña de promoción o incluso evaluar la necesidad de modificarla para adaptarla a las diferencias culturales y a las peculiaridades de cada mercado?
- ¿Se basa su promoción en el concepto AIDA (Atención, Interés, Deseo, Acción)?
- ¿Ha evaluado la importancia de visitar una gran feria internacional antes de exponer en ella?
- En las misiones de negocios en el extranjero que ha realizado, ¿ha facilitado a los organizadores la información exacta acerca de los factores de atracción de su negocio, los objetivos y el perfil ideal del interlocutor que desea encontrar en el mercado?

Check-up N.º 7: Aspectos culturales

- ¿Está seguro de que el obsequio que le ofrece a su cliente extranjero no le provocará vergüenza?
- ¿Sabe por qué las negociaciones con los países anglosajones son más rápidas que con los países de Sureste Asiático?
- ¿Por qué no puede usar los mismos argumentos de venta en todo el mundo?
- ¿Sabe cómo el lenguaje corporal puede influir en una negociación?
- ¿Conoce por lo menos diez aspectos culturales importantes que se deben considerar en una negociación?

Blog recomendado: <http://www.icebergci.com/>

Check-up N.º 8: La marca

- ¿Conserva usted la propiedad de la marca en los países a los que exporta?
- ¿Conoce la magnitud del delito de falsificación (piratería) que las marcas sufren?
- ¿Sabe cómo puede proteger su marca de la falsificación?
- ¿Puede utilizar la misma marca en los diferentes países a los que exporta?
- ¿Cómo influyen las diferencias culturales en la imagen que transmite la marca?

Check-up N.º 9: Promocionando la internacionalización de la empresa

- ¿Cuáles son las preguntas a la que debe responder un catálogo de promoción?
- ¿Cuáles son los principales datos que deben estar incluidos en un listado de precios?
- ¿Cuáles son los criterios para la creación de un sitio web?
- ¿Cuál es la regla de oro de la publicidad?
- ¿Cómo averiguar si una misión empresarial de negocios fue bien organizada?

Check-up N.º 10: Organizando la participación en una feria

- ¿Sabe cuáles son las ferias a nivel internacional más importantes para su producto?
- ¿Hace promoción de su empresa para garantizar el mayor número posible de visitantes a su stand?
- Al participar en una feria, ¿prepara un listado de precios incluyendo un estimado del coste de transporte que cubre los principales destinos del mercado internacional, como pueden ser Nueva York, Hong Kong, Rotterdam, o Shanghai?
- ¿Ha averiguado ya si su marca está registrada en el país donde se realizará la feria, registrada por usted o... por “un pirata de marcas”?
- ¿Ha visitado previamente la feria donde está exponiendo?
- ¿Conoce a la perfección el reglamento de la feria y la legislación de importación del país en donde se realiza la feria?

Check-up N.º 11: Gestión del mercado

- ¿Cuáles son las fuentes de información disponibles para la selección de los mercados?
- ¿Cómo analizar un perfil de mercado?
- ¿Por qué es importante analizar la base de datos de patentes industriales?
- ¿Cuáles son los criterios de selección del producto exportable?
¿En base a qué criterios podemos seleccionar a nuestro importador?
- ¿Cómo definir nuestro precio de exportación?
- ¿Cómo podemos elegir la mejor manera de entrar en el mercado?

Check-up N.º 12: Selección de mercado

- ¿Asistir a una feria como expositor puede ser el primer paso para iniciar un proceso de exportación?
- ¿Sabe evaluar su capacidad de exportación para verificar con qué producto puede enfrentarse el mercado extranjero?
- ¿Sabe cuáles son los pasos principales de un plan de exportación?
- ¿Cuáles son las instituciones y empresas que pueden darle soporte a la exportación dentro de su país y en el país importador?

Check-up N.º 13: Elección de la mejor alternativa para entrar en los mercados

- ¿Cuándo es importante evaluar la posibilidad de transferir tecnología?
- ¿Cuál es la diferencia entre las actividades de un agente de compras y las de un agente de ventas?
- ¿Cómo se realiza el comercio conocido como counter trade o trueque?
- ¿Cómo operan las empresas tradings (comerciales exportadoras)?
- ¿Cuáles son las ventajas de trabajar a través de una zona franca?
- ¿Cuál es la diferencia entre la transferencia de tecnología y una *joint venture* (empresa conjunta)?

Check-up N.º 14: Gestión del socio en el extranjero

- ¿Conoce las fuentes de información para buscar socios en el extranjero?
- ¿Conoce las leyes del país importador con respecto a los contratos de agente y distribuidor?
- ¿Está seguro de actuar en el mercado con el mejor socio posible?
- ¿Trabaja con socios o clientes finales?
- ¿Ha definido previamente el perfil ideal de socio antes de comenzar la búsqueda?
- ¿Utiliza el precio que impone en su mercado interno como base o como referencia para establecer el precio de exportación?
- ¿Cuáles son los factores que van a influenciar la determinación del precio de exportación?
- ¿Cuáles son los principales parámetros a tener en cuenta para realizar una oferta de productos/servicios dirigida al mercado internacional?
- Su actividad con agentes y distribuidores, ¿está regulada mediante contratos elaborados por expertos en aspectos legales internacionales?
- ¿Comunica en sus ofertas las condiciones generales de venta a los clientes en el extranjero o quizá está exportando con las condiciones generales de compra del importador (que probablemente no conoce)?

Check-up N.º 15: Alianza entre empresas

- ¿Se ha preguntado cuántas empresas cierran por ser pequeñas y cuántas cierran por pensar pequeño?
- ¿Por qué es importante buscar alianzas con empresas similares?
- ¿Los consorcios son grupos de empresas que se alían para vender?
- ¿Conoce los consorcios de promoción de exportación?
- ¿Es posible realizar consorcios para la venta de servicios?
- ¿El consorcio es un agrupamiento temporal o definitivo?
- ¿Cómo se podría incentivar la formación de consorcios?

Check-up N.º 16: Consorcio de promoción de exportación

- ¿Qué ventajas podría lograr participando en un consorcio?
- ¿Conoce algunos modelos de agrupamientos?
- ¿Cuál es la etapa más importante en la constitución de un consorcio?
- ¿Quién debe ser el gerente de un consorcio?
- ¿Por qué algunos agrupamientos fracasan?
- ¿Los consorcios funcionan como cooperativas?

Check-up N.º 17: Organizándose para la exportación

- ¿Cuáles son las principales funciones del departamento de COMEX?
- ¿Cuáles son las consecuencias de la falta de una cultura exportadora en la empresa?
- ¿Cuándo la gestión de la internacionalización puede ser realizada por una firma externa?
- ¿Cuáles son los parámetros clave para la elaboración de un presupuesto de comercio exterior?

Check-up N.º 18: Departamento de COMEX

- ¿Cuál es el perfil ideal del ejecutivo de COMEX?
- ¿Cuáles son las principales funciones del asistente administrativo en este departamento?
- ¿Cuáles son los criterios para el dimensionamiento del departamento de COMEX?
- ¿Cuáles son las principales informaciones que deben circular por el departamento de COMEX?

Check-up N.º 19: ¿Podemos mejorar nuestra gestión de la exportación?

- ¿Alguna vez ha invertido tiempo y recursos para llevar a cabo una autoevaluación?
- ¿Cree que ha hecho lo mejor que pueda y no hay nada más para mejorar en relación a su desempeño en la gestión de la exportación?
- ¿Cree que se debe invertir más en maquinarias o más en “inteligencia comercial”?
- ¿Ha comprobado si se puede mejorar la calidad de la información sobre las oportunidades de negocios?
- ¿Cree que puede mejorar su plan de promoción en los mercados internacionales?