

INSPYRAME UE



Este proyecto está
cofinanciado por la
Unión Europea



Cámara
de Comercio
y Servicios
del Uruguay



Eurocámara Uruguay

EVALUACIÓN DEL POTENCIAL EXPORTADOR

- Todo proceso debe de empezar por el análisis interno de la empresa.
- No se puede empezar a analizar los potenciales mercados sin tener un análisis interno previo.
- Dicho estudio brinda información relevante para poder entender las condiciones en las que se encuentra la empresa de cara a un proceso de internacionalización.



OBJETIVOS DEL ANÁLISIS INTERNO

- Conocer en detalle la organización poniendo el foco en el proceso de internacionalización.
- Determinar si esta en condiciones de internacionalizarse.
- Conocer los aspectos a mejorar dentro de la propuesta previo a empezar el proceso
- Reducir los riesgos futuros por no preparar de forma adecuada a la empresa previo a intentar internacionalizarse.



Este proyecto está
cofinanciado por la
Unión Europea



Cámara
de Comercio
y Servicios
del Uruguay



Eurocámara Uruguay

ESTRUCTURA DEL PROYECTO INTERNACIONAL

- - Portada
- 2 - Resumen Ejecutivo
- 3 - Introducción
- **4 - ANÁLISIS DE LA EMPRESA:**
 - Misión, Visión, Valores
 - Organigrama
 - Información general de la Empresa
- 5- PERFIL DE MERCADO:
- 7 – **Objetivos:** Cuantitativos y cualitativos
- 8 – **Estrategia:**
 - Para determinar la estrategia vamos a utilizar el modelo de las 4P (Producto, Precio, Plaza y Promoción).



Este proyecto está
cofinanciado por la
Unión Europea



Cámara
de Comercio
y Servicios
del Uruguay



Eurocámara Uruguay

ANÁLISIS INTERNO

- Para comenzar a analizar a la empresa se debe de tener en cuenta ciertos parámetros:
 - Se debe de analizar la empresa en sus totalidad. Cuando una organización decide internacionalizarse es toda la institución la que aporta al producto que se termina entregando por ende es de suma importancia contemplar la realidad de todas las áreas.
 - Se debe de ir de los mas genérico a lo mas específico.
 - Si bien se analiza a la empresa en el ámbito local se lo realiza desde una óptica de la internacionalización.

ANÁLISIS INTERNO

- Dicho análisis debe de quedar reflejado en un documento que llamamos DIAGNOSTICO EMPRESARIAL.
- La persona encargada de llevar adelante el proceso de internacionalización es quien lleva adelante dicho diagnóstico.
- Debe de reunirse con las diversas personas referentes dentro de la empresa para poder llevar adelante dicha tarea.
- Si es el mismo empresario quien lo realiza debe de tomar el tiempo para hacerse las preguntas necesarias para bajar a papel los conocimientos que tiene de la empresa.

ASPECTOS BÁSICOS A ANALIZAR DE LA EMPRESA

- Aspectos generales de la empresa
- Actividad de la empresa
- Dirección
- Producción
- Área económico – financiera
- Área comercial



Este proyecto está
cofinanciado por la
Unión Europea



Cámara
de Comercio
y Servicios
del Uruguay



Eurocámara Uruguay

ASPECTOS GENERALES DE LA EMPRESA

- Historia del emprendimiento:
 - Desde sus inicios, destacando grandes hitos.
 - Comprender mejor la propuesta.
 - Armar el argumento de ventas.
 - Conocer las posibilidades.
- Conformación de la gestión:
 - Organigrama teórico
 - Organigrama real
 - Distintas áreas de la empresa y sus dinámicas.
- Inversiones realizadas:
 - Conocer mejor la propuesta
 - Conocer el historial de inversiones
 - Conocer la aceptación a las inversiones



ASPECTOS GENERALES DE LA EMPRESA

- Evolución reciente de la empresa:
 - Ventas
 - Producción
 - Empleados.
 - Conflictos
 - Mercado / mercados
- Cartera de productos de la empresa:
 - Todas las líneas y sus características
 - Productos a desarrollar
 - Productos discontinuados
 - Posibilidades



ACTIVIDAD DE LA EMPRESA

- Valor agregado que genera la empresa:
 - Diferencial
 - Argumento de ventas
 - Virtudes
- Producto a exportar:
 - Ideas de productos
 - Ideas de mercados
 - Breve análisis.
 - Justificación.



DIRECCIÓN

- Estilo de dirección:
 - Autoritario
 - Participativo
 - Cooperativo,
 - Delegativo
- ¿Quién manda en la empresa?
- ¿Quién tiene capacidad de decisión?



DIRECCIÓN

- ¿Quién va a llevar adelante el plan de exportación?:
 - Analizar el organigrama de la empresa.
 - Saber si cuenta o no con un departamento de Comercio Exterior



DIRECCIÓN

- Definición de los motivos para generar el emprendimiento exportador:
 - Contactos obtenidos
 - Conocimiento de interesados.
 - Competidores locales que ya están exportando
 - Competidores regionales que ya están exportando
 - Coyuntura internacional favorable.
 - Solicitud de consumidores de otros países
 - Excedente de producción
 - Mala situación en el mercado local.
 - Necesidad de aumentar las ventas



Este proyecto está
cofinanciado por la
Unión Europea



Cámara
de Comercio
y Servicios
del Uruguay



Eurocámara Uruguay

PRODUCCIÓN

- Es muy importante empezar por la definición detallada del proceso productivo.
- Hay que conocer:
 - Las distintas etapas.
 - Tiempos necesarios.
 - Detalles específicos
 - Problemas o debilidades existentes

PRODUCCIÓN

- Uno de los aspectos mas importantes es analizar los PROVEEDORES:
 - Calidad
 - Plazos de pago
 - Constancia
 - Tiempos de entrega
 - Capacidad de abastecimiento
 - Certificaciones
 - Capacidad de adaptarse a modificaciones
 - Alternativas



PRODUCCIÓN

- Investigación y desarrollo:
 - Innovación, actualización, optimización, etc.
- Capacidad productiva:
 - Volúmenes producidos vs volúmenes colocados
 - Capacidad de producción
 - Capacidad de crecimiento
- Calidades producidas y certificaciones



Este proyecto está
cofinanciado por la
Unión Europea



Cámara
de Comercio
y Servicios
del Uruguay



Eurocámara Uruguay

ECONÓMICO - FINANCIERO

- Costos:
 - Costos fijos y variables
 - Situación actual
- Financiación:
 - Endeudamiento actual
 - Capacidad de financiamiento y sus características
- Punto de equilibrio.
- Posibilidad de enfrentar económicamente el proceso.



COMERCIAL

- Definición del producto.
- Situación del mercado interno.
- Niveles de precios de los productos.
- Canales de distribución:
 - Definición
 - Situación actual
- Definición del cliente actual y del cliente objetivo.



Este proyecto está
cofinanciado por la
Unión Europea



Cámara
de Comercio
y Servicios
del Uruguay



Eurocámara Uruguay

COMERCIAL

- Análisis de las herramientas de comunicación.
- Experiencia exportadora:
 - ¿Ya exportan?
 - ¿A dónde?
 - ¿Cuánto?
 - ¿Cómo?
 - ¿Cómo evolucionan las exportaciones?
 - Detalles y aprendizajes.
- Imagen de la empresa (a contemplar en todas las herramientas de la empresa)



COMERCIAL

- Estrategias de promoción.
- Proceso de ventas (como se efectúan las ventas)
- Marcas, patentes y registros.
- Productos sustitutos.



Este proyecto está
cofinanciado por la
Unión Europea



Cámara
de Comercio
y Servicios
del Uruguay



Eurocámara Uruguay

INSPYRAME UE



Este proyecto está
cofinanciado por la
Unión Europea



Cámara
de Comercio
y Servicios
del Uruguay



Eurocámara Uruguay