

12 DE MAYO DE 2020

Primeros pasos para la exportación de servicios.

Orientada a emprendedores y pequeñas
empresas de servicios que no exporta o
solo lo hacen de manera esporádica

Romina Gayá





Romina Gayá

www.rominagaya.com.ar  Romina Gayá

Licenciada en Economía (Universidad del Salvador), Maîtrise de Sciences Économiques mention Économie Internationale, Monnaie et Finances (Université de Toulouse), Magíster en Relaciones Económicas Internacionales (Universitat de Barcelona) y Magíster en Relaciones y Negociaciones Internacionales (Universidad de San Andrés).

Economista especializada en comercio internacional de bienes y servicios, negociaciones comerciales internacionales, economía del conocimiento, tecnología, comercio electrónico, compras públicas, inversiones internacionales, entre otros temas.

17 años de experiencia en consultoría para instituciones nacionales y globales, tanto en el sector público como privado, cámaras empresariales y organismos internacionales. Trabajos realizados para el BID, UNCTAD, CEPAL, INTAL, FONPLATA, IDRC, CEPR, CERA, Argencon, Analdex Colombia, UIA, Techint, FLACSO, ProCórdoba, ProEcuador, Embajada de Corea en Argentina, Ecolatina, entre otros. A cargo del Observatorio de la Economía del Conocimiento del Ministerio de Producción de la Nación durante 2 años.

Investigadora Asociada del Instituto de Investigación en Ciencias Económicas de la Universidad del Salvador.

17 años de experiencia en docencia de grado y posgrado en temas vinculados a economía internacional. Actualmente a cargo de cursos en la Università di Bologna (UNIBO), Universidad de Buenos Aires (UBA), Universidad Católica Argentina (UCA), Fundación UADE, Universidad Nacional de San Martín (UNSAM) y Universidad Nacional de Quilmes (UNQ).

Autora de numerosas publicaciones y participante como panelista en diversas conferencias en Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, Suiza y Uruguay.



Internacionalización

Venta fuera del mercado de destino

- Exportación
- Licencias / Franquicias
- Inversión directa en el exterior

Vía más adecuada según

- Fortalezas de la empresa
- Localización
- Ventajas de internalización

Al mundo paso a paso



OBJETIVO: *¿PARA QUÉ nos internacionalizamos?*

Definir qué buscamos alcanzar y cómo la internacionalización contribuye a lograrlo



OFERTA: *¿Sobre QUÉ base nos internacionalizamos?*

Autodiagnóstico: Fortalezas y debilidades de la firma y sus productos / servicios



DEMANDA: *¿DÓNDE nos internacionalizamos?*

Tipo de cliente, mercado de destino, características, regulaciones, barreras



ESTRATEGIA: *¿CÓMO nos internacionalizamos?*

Tipo de internacionalización, recursos, aliados, plazos



1. OBJETIVO

*La internacionalización es un medio,
no un fin en sí mismo*

Definición de metas para:

- Determinar si la internacionalización es el medio más adecuado para alcanzarlas
- Delinear la mejor estrategia

¿Para qué internacionalizarse?


 Aprovechar mercados grandes, dinámicos, con potencial

 Sortear limitaciones del mercado interno

 Alcanzar mayor escala para ser más eficiente

 Jugar en las grandes ligas

 Diversificar riesgos

 Aprovechar capacidad ociosa de producción


 Mejorar reputación

El mercado es global

México en el mundo

 1,7% Población

 1,9% PIB

 2,0% Exportaciones de bienes y servicios



2. OFERTA

¿Estamos listos para la internacionalización?

Autodiagnóstico

- Conocer **fortalezas** para utilizarlas de manera más efectiva en el diseño de la estrategia
- Identificar **debilidades** y buscar herramientas para contrarrestarlas

Autodiagnóstico

- Experiencia fuera del mercado natural?
- Posicionamiento respecto de empresas que ya se internacionalizaron?
- Competitividad en mercado interno vs. externo?
- Capacidad productiva suficiente?
- Necesidad de RRHH especializados?
- Financiamiento?
- Instrumentos de promoción disponibles?





3. DEMANDA

El mercado de destino

Tipo de cliente identificado

- ¿Dónde se concentra?

Elección de mercado de interés

- ¿Cómo son los clientes?

¿Qué ajustes son necesarios?

Análisis del mercado



ASPECTOS MACROECONÓMICOS

PIB, ingreso per capita, inflación, salarios, tipo de cambio. Situación actual y proyecciones.

Previsibilidad sobre posible evolución de las ventas, precios relativos y rentabilidad.



PERFIL DEL CLIENTE

Características relevantes. Verticales. Diferencias respecto de clientes actuales que requieran adecuar los servicios.



ASPECTOS MICROECONÓMICOS

Precios y cantidades vendidas, producidas e importadas del servicio, sustitutos y complementarios.

Modos
distintos

Regulación
diferente



Modo 1. Suministro
transfronterizo



Modo 2. Consumo
en el extranjero



Modo 3. Presencia
comercial



Modo 4. Movimiento
de personas físicas

Análisis del mercado



ASPECTOS FORMALES

Tratamiento tributario en origen y destino, cuestiones jurídicas, normativa cambiaria.



RESTRICCIONES ACCESO A MERCADOS / DISCRIMINACIÓN

Requisitos de asociación con proveedores locales.

Límites a participación extranjera.

Limitaciones de visados.

Regímenes de contratación pública (para vender al estado).



HETEROGENEIDADES REGIONALES

Verticales, salarios, regulación.



PRECIO DE VENTA EN EL EXTERIOR

Considerar costos de producción, regulación, necesidad de adaptación, costos de registro y certificación, marketing y promoción comercial, asesoramiento, etc.



4. ESTRATEGIA

¿Cómo llevar a cabo la internacionalización?

Oportunidades



- Mayor dinamismo que otras actividades
- Prestación remota y predisposición al outsourcing + offshoring
- Reconfiguración de cadenas de valor
- Similitud horaria, idiomática y cultural con mercados de interés
- Exportación indirecta

Amenazas



- Incertidumbre
- Competencia, exigencias de calidad, complejidad regulatoria, litigiosidad
- Diferencia cultural, idiomática con otros mercados relevantes
- Restricciones al movimiento de personas
- Escasez de RRHH en algunos subsectores

Tener
presentes los
principales
obstáculos
para exportar



FALTA DE INFORMACIÓN

Instrumentos de promoción, oportunidades comerciales, forma de hacer negocios en el extranjero, vías para hacer contactos.



FINANCIEROS

Escasez de créditos para exportación / inversión, volatilidad cambiaria, seguros.



CULTURALES

Gustos y preferencias, idioma, formas de trabajo.



REGULATORIOS

Requisitos / restricciones, aspectos jurídicos, impositivos y cambiarios

Lo fundamental



Definir **responsables** internos y determinar claramente **tareas** a desarrollar



Recopilar toda la **información** necesaria



Establecer **contactos** pertinentes locales y en el exterior. Explorar **asociatividad**



Evaluar participación en **ferias** y **misiones comerciales** en destino e inversas



Planear cuidadosamente la **imagen** y cómo comunicarla



Verificar disponibilidad de **financiamiento** (propio o de terceros)



Asesorarse en profundidad sobre **aspectos regulatorios**



Proyectar **escenarios** y analizar riesgos y soluciones. Fijar **expectativas realistas**

¡Muchas gracias!

Romina Gayá



rominagaya@gmail.com



[@romina_gaya](https://twitter.com/romina_gaya)



www.rominagaya.com.ar