



Especialización en Negocios Internacionales.

Modulo: Plan de Internacionalización

Helman Quesada Méndez

Docente



Helman Quesada Méndez

Perfil Profesional

Ejecutivo de primer o segundo nivel en grandes organizaciones públicas y privadas, acredita experticia en diferentes sectores económicos , posee liderazgo en alta gerencia, planeación estratégica, competitividad, mercadeo nacional e internacional, Consultoría, Sistemas de gestión de calidad, gerencia de proyectos y TIC's.

Con gestión en diferentes países de Europa, estados Unidos y América latina en donde lideró el posicionamiento de empresas, el lanzamiento de productos y marcas.

Docente en pre y posgrados en universidades como la del Valle, Cauca, Autónoma de Occidente, San Buenaventura, Javeriana, Libre, entre otras.

ESTUDIOS FUNDAMENTALES:

Doctor Business Administración (AIU), Magister en administración de negocios (ICESI – TULANE), Especialista en Mercadeo – Negocios Internacionales (ICESI), Economista (UAO), Tecnólogo Ing. Industrial (CCEP).

FORMACION COMPLEMENTARIA:

Formación en Docencia (SENA, UAO, UNILIBRE), Auditoria de calidad y Gestión de la calidad (SENA y CNCF), Cooperación Internacional (SENA), Cátedra CEINFI, (UAO, CONSULTEX), TIC (IBM). Proyectos – Marco Lógico y PMI (UAO), Consultoría (UAO).

PAISES EN DONDE HE ESTUDIADO Y LABORADO:

Colombia, Ecuador, Venezuela, Estados Unidos, Tailandia, España y México.



Helman Quesada Méndez

Teléfono: 3206917191

helmanquesada@yahoo.com

Helman.quesada@unilibre.edu.co

COLCIENCIAS

http://scienti.colciencias.gov.co:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001491619



Helman Quesada Méndez

Perfil Profesional

Reconocimiento a los derechos de Autor.

Aunque la redacción que se encuentra en las diapositivas del presente trabajo es desarrollo propio, quiero advertir que han sido fundamentadas en textos y paginas WEB que se encuentran citadas en la bibliografía y en cada diapositiva.

los ejemplos son participaciones directas del docente en las gestiones que ha realizado en ejercicio de su trabajo y docencia.



Globalización E Internacionalización

¿Como se Pueden Integrar las Economías?

Beneficios al Internacionalizarse

1. Evaluación de la Capacidad de Internacionalización de la Empresa
2. Valide la Potencialidad de la Producto.
3. Conozca la demanda de su Producto:
4. Diseñe su Estrategia de Internacionalización
 1. Evalúe Si Requiere alianzas
 2. Aplique Herramientas de Promocion.
 3. Aplique Estrategias de Precios.
 4. Revise los Términos de Negociación.
 5. Simule sus Costos de Exportación.
 6. Otras Estrategias de Internacionalización
 7. Factores para la Selección de la Estrategia.
5. Evaluación de la Gestión de Internacionalización.

Bibliografía

Plan de

Internacionalización

Helman Quesada

Méndez

Perfil Profesional



Plan de Internacionalización

Helman Quesada
Méndez
Perfil Profesional

Globalización e Internacionalización

La Globalización ha llevado a los países a ampliar sus fronteras y para ello, deben negociar con otros países o regiones, condiciones más favorables frente al intercambio de bienes, servicios, flujos de inversión, movilidad de las personas y cooperación.



**Plan de
Internacionalización**

**Helman Quesada
Méndez**

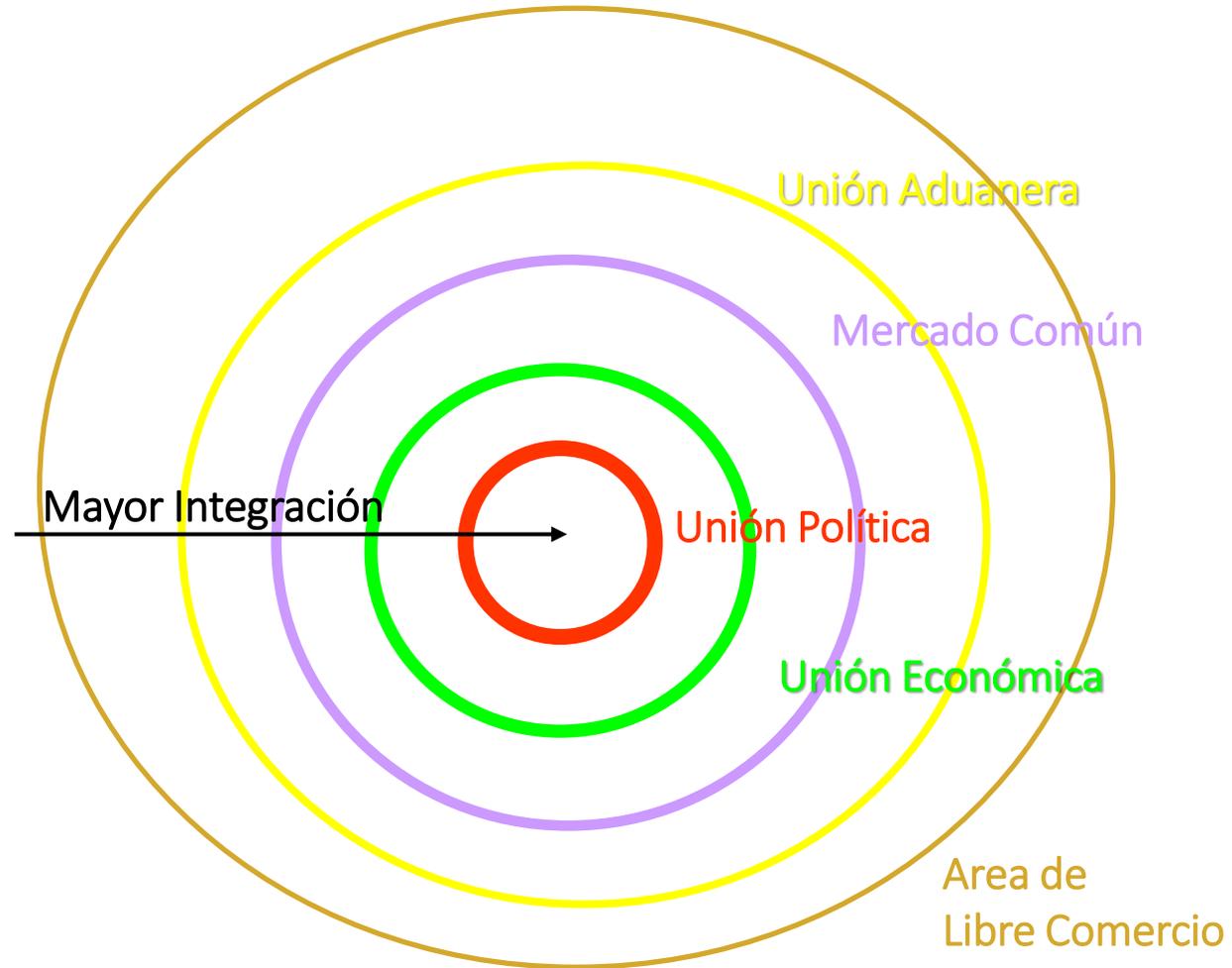
Perfil Profesional

Cómo se pueden integrar las economías?

1. Eliminando barreras arancelarias.
2. Eliminando barreras no arancelarias.
3. Unificando políticas arancelarias.
4. Garantizando seguridad en flujo de inversiones.
5. Facilitando el movimiento de mano de obra.
6. Unificando políticas monetarias.
7. Cooperando internacionalmente.



Niveles de Integración



Plan de
Internacionalización

Helman Quesada
Méndez
Perfil Profesional



Plan de
Internacionalización

Helman Quesada
Méndez
Perfil Profesional

Grados de integración económica:

1.- Acuerdo de Alcance Parcial

Son acuerdos en los que los países miembros se otorgan preferencias arancelarias mutuas, para productos determinados.

2.- Área de Libre Comercio

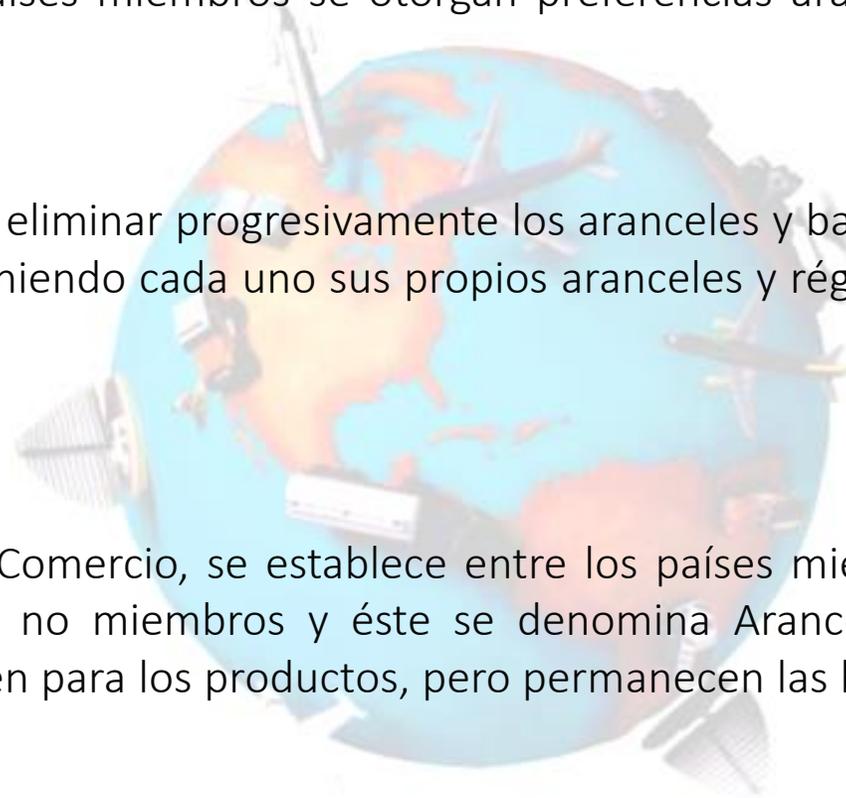
Dos o varios países que deciden eliminar progresivamente los aranceles y barreras al comercio para la mayoría de productos, manteniendo cada uno sus propios aranceles y régimen de comercio para países no miembros.
Unión.

3.- Unión Aduanera

Partiendo de un Área de Libre Comercio, se establece entre los países miembros un arancel que aplicarán en conjunto a países no miembros y éste se denomina Arancel externo común. Los controles fronterizos desaparecen para los productos, pero permanecen las barreras que impiden la circulación de personas.

4.- Mercado Común

Supone la eliminación de barreras no solo de los bienes, sino también de los trabajadores y del capital. Los países miembros adoptan una política comercial común.





Plan de Internacionalización

Helman Quesada
Méndez

Perfil Profesional

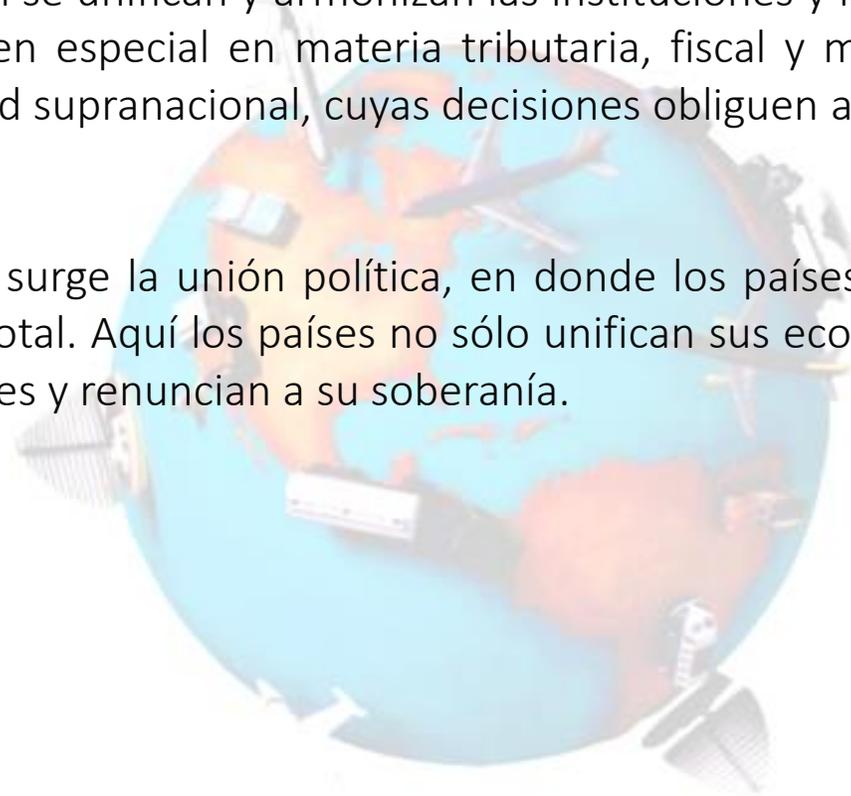
Grados de integración económica:

5.- Unión Económica

Partiendo de un mercado común se unifican y armonizan las instituciones y las políticas económicas en todos los países miembros en especial en materia tributaria, fiscal y monetaria. Requiere del establecimiento de una autoridad supranacional, cuyas decisiones obliguen a los estados miembros.

6.- Unión Política.

A partir de la unión económica surge la unión política, en donde los países adoptan una moneda común, y de ahí la Integración Total. Aquí los países no sólo unifican sus economías, sino las demás instancias políticas de las naciones y renuncian a su soberanía.





Plan de
Internacionalización

Helman Quesada
Méndez

Perfil Profesional

Otras formas de integración

1.- Promoción y protección de inversiones entre países:

Facilita el flujo de capitales y define unas reglas de juego claras para los inversionistas. Se pueden incluir como capítulos dentro de los Acuerdos de Libre comercio o suscribir de forma independiente:

2.- Acuerdos de Doble Tributación:

Éstos buscan evitar que los inversionistas (personas o empresas) paguen impuestos dos veces: en el país de origen de la inversión y después en el país destino. Es por ello que con la firma del ADT, el inversionista define dónde quiere pagar impuestos sobre los bienes e inversiones que tiene en un país.

3.- Acuerdos de Cooperación Internacional:

Se pueden firmar en diferentes temas como seguridad, ciencia y tecnología, en materia judicial, medio ambiente, interconexión eléctrica, educación, migración etc. Su principal objetivo es compartir información y generar mecanismos de apoyo conjunto para mejorar las prácticas o promover mejoras en un sector o tema específico.



Plan de Internacionalización

Helman Quesada
Méndez
Perfil Profesional

¿Qué beneficios trae la integración económica?

1. Establece reglas de juego claras y da estabilidad al intercambio comercial.
2. Aumenta el tamaño del mercado local, permitiendo incrementar el uso de la capacidad instalada de ciertas industrias y generar empleo.
3. Da acceso a nuevos clientes y proveedores tanto de bienes como de servicios.
4. Incrementa la competitividad de las empresas al permitir el ingreso de tecnología y materias primas a menores costos.
5. Mejora la oferta y el precio de productos para el consumidor final.
6. Incentiva las exportaciones, la inversión y la creación de nuevas empresas.
7. A mayor integración, mayor crecimiento.

Estrategia de Colombia para Exportar

<https://www.mincit.gov.co/ministerio/politica/politicas-sectoriales>



Plan de Internacionalización

Helman Quesada
Méndez

Perfil Profesional

1.- Evaluación de la capacidad de internacionalización de la empresa

1.1.- ¿Listo para exportar? [Ruta Exportadora Procolombia](#)

1.1.1.- Haga una selección preliminar del producto.

Identifique el producto que quiere comercializar y el posible mercado donde quiere venderlo.

1.1.2.- Evalúe su capacidad empresarial.

Revise el estado de su empresa en aspectos administrativos, financieros, legales, de producción y experiencia en el mercado nacional de acuerdo con el interés de internacionalizarse.

Procolombia, a través del [centro de información](#), puede orientarlo y evaluar su potencial empresarial con miras a la exportación de sus productos.

También, las Cámaras de Comercio de Bogotá, Cali, Medellín le ofrecen el servicio en línea de autodiagnóstico para empresarios.

Descargue el test exportador (Autodiagnóstico) para evaluar sus capacidades empresariales y saber si está listo para exportar.



Plan de Internacionalización

Helman Quesada
Méndez

Perfil Profesional

1.- Evaluación de la capacidad de internacionalización de la empresa

1.1.- ¿Listo para exportar? [Ruta Exportadora Procolombia](#)

1.1.3.- capacítese y fortalezca sus conocimientos en comercio exterior.

Conozca acerca de comercio exterior y fortalezca sus conocimientos a través de conferencias y talleres prácticos.

Procolombia a través de los [centros de información](#) apoya con capacitación, a los empresarios en su incursión a los mercados internacionales, mediante el [Programa de Formación Exportadora PFE](#)

Pregúntenos qué requiere saber de comercio exterior y de los servicios de Procolombia.



Plan de
Internacionalización

Helman Quesada
Méndez

Perfil Profesional

2.- Valide la Potencialidad de su Producto

2.1.- Identifique su posición arancelaria

Conozca el código, a 6 dígitos, que le permite identificar numéricamente una mercancía a nivel internacional, con este número podrá:

Analizar el comportamiento de su producto en el mercado internacional.

Conocer el arancel aduanero de los mercados de su interés.

Conocer otros requerimientos que puede tener su producto para ingresar a los mercados de su interés.

Consulte:

ARANCELNET, la base de datos de posiciones arancelarias de la DIAN, en el Centro de Información de su ciudad.

Arancel de Aduana, el servicio en línea de la DIAN.

Los productos se deben buscar por el nombre técnico con el cual se describen en arancel de aduanas.

Con el arancel de aduanas, podrá conocer si su producto necesita vistos buenos por parte de agencias nacionales como el ICA o el INVIMA, entre otras.

<https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefMenuConsultas.faces>



Plan de
Internacionalización

Helman Quesada
Méndez

Perfil Profesional

2.- Valide la Potencialidad de su Producto

2.2.- Analice el comportamiento del producto en los mercados (Monto importado por el mercado, exportaciones Colombia y competidores).

Valide el potencial exportador en el mercado internacional, en las Herramientas al exportador que Procolombia ha creado para usted podrá acceder a la base de datos de exportaciones colombianas, conocer principales destinos y departamentos exportadores, entre otras variables. Conocer esta dinámica del mercado le ayudará a orientar su estrategia internacional.

[País de destino | Portal de Exportaciones - Colombia Trade](#)

2.3. Evalúe condiciones de acceso (aranceles, certificaciones y otros requerimientos)

Cada mercado define los requerimientos de entrada para las importaciones con el fin de proteger la salud, el medio ambiente y en general que se cumplan con las normas mínimas de calidad y protección aceptadas por el consumidor. Establece además los aranceles que deben pagar sus productos y los requerimientos específicos de acceso que su producto pueda tener.

Entre las herramientas al exportador que Procolombia ha creado para usted podrá identificar las principales condiciones de acceso, y enlaces a páginas web de organismos oficiales o no gubernamentales sobre aranceles, normas de origen, acuerdos comerciales, reglamentos técnicos y medidas sanitarias y fitosanitarias.

<http://www.colombiatrade.com.co/herramientas/estadisticas-exportacion/condiciones-acceso>



3.- Conozca la Demanda de su Producto

3.1 Entérese de las tendencias.

Conozca las tendencias del mercado y los requerimientos de los consumidores en cuanto a calidad, empaques, contenidos, diseños entre otros.

Procolombia le presenta información que le permitirá identificar aspectos clave en el consumo de los productos en los mercados de su interés.

[Oportunidades de Negocio en Estados Unidos | Portal de Exportaciones - Colombia Trade](#)

3.2.- Consulte la logística internacional.

Conozca la infraestructura disponible en el país

[Infraestructura logística | Portal de Exportaciones - Colombia Trade](#)

Conozca la logística requerida para exportar su producto

<http://www.colombiatrade.com.co/herramientas/perfiles-logisticos-de-exportacion-por-pais>

Conozca y evalúe las alternativas de transporte de su producto al mercado de interés

<http://www.colombiatrade.com.co/herramientas/logistica/rutas-y-tarifas-de-transporte>

Directorio de distribución física internacional

<http://www.colombiatrade.com.co/herramientas/logistica/dfi-directorio-de-distribucion-fisica-internacional>

Plan de

Internacionalización

Helman Quesada

Méndez

Perfil Profesional



Plan de Internacionalización

Helman Quesada
Méndez

Perfil Profesional

4.- Diseñe su Estrategia de Internacionalización

4.1.- Evalúe si requiere alianzas.

Identifique la necesidad de aliados tanto en el mercado nacional como en los mercados internacionales para evitar obstáculos en el proceso de exportación.

Las alianzas le podrían traer los siguientes beneficios:

- a. Aumentar la oferta en cantidad o diversidad de productos.
- b. Mayor poder de negociación con los canales de distribución.
- c. Reducción de los costos en las actividades de promoción.
- d. Obtener mayores ganancias o mejores condiciones en el proceso de negociación.
- e. Contar con expertos en el mercado que acortan los procesos de introducción de los productos.

Que son las alianzas.

Acuerdos de cooperación entre dos o más organizaciones en la cual cada parte busca agregar a sus competencias los factores objeto de la cooperación, con una visión de largo plazo, buscando:

4.1.1 Integración Estratégica: Acuerdo mutuos sobre la orientación estratégica de las compañías de la cooperación. Contactos al nivel estratégico para compartir orientaciones Corporativas.



Plan de
Internacionalización

Helman Quesada
Méndez

Perfil Profesional

4.- Diseñe su Estrategia de Internacionalización

4.1.- Evalúe si requiere alianzas.

4.1.2 Integración Táctica: Conformación de equipos con ejecutivos del segundo nivel en el desarrollo de proyectos o actividades en las que puedan cooperar o acortar curvas de aprendizaje dos o más empresas.

4.1.3 Integración Operacional: Compartir recursos o infraestructura operativa.

4.1.4 Integración Cultural: Aprendizaje mutuo. Desarrollo de una cultura Común.

Para garantizar que una alianza se cristalice y perdure se requiere:

- Visión de las capacidades de cada una de las empresas.
- Decisión clave de seleccionar la mejor opción.
- Apreciar los valores, compromiso y capacidad de socios futuros.
- Valorar los riesgos.
- Asignar un supervisor y evitar la dependencia excesiva.
- Estructurar y administrar como negocio independiente.
- Perseverar en crear confianza.
- Prepararse para transferir conocimientos.
- Dirigir la alianza y evolucionar.



Plan de
Internacionalización

Helman Quesada
Méndez

Perfil Profesional

4.- Diseñe su Estrategia de Internacionalización

4.2.- Aplique Herramientas de Promoción.

Conozca el portafolio de servicios de promoción internacional de [Procolombia](#) y aproveche las oportunidades en los mercados externos.

4.2.1 Conozca a través de www.Procolombia.com.co las convocatorias y agendas de eventos a ruedas de negocios, macrorruedas, seminarios y eventos especializados que organiza Procolombia en Colombia y en el exterior.

[Eventos | Procolombia Colombia](#) [Calendario Seminarios de Divulgación Acuerdos Comerciales | Portal de Exportaciones - Colombia Trade](#) [Centro de información Procolombia Colombia | Portal de Exportaciones - Colombia Trade](#)

4.2.2 Para recibir información de interés sobre oportunidades de negocios y dinámica del mercado internacional,

Inscríbase en seminarios@Procolombia.com.co

4.2.3 Aproveche las alianzas Courier que le ofrece.

Este servicio facilita a las empresas que trabajan de manera conjunta con **Procolombia** el acceso a servicios de transporte y asesoría con consultores especializados en condiciones preferenciales.

<http://www.colombiatrade.com.co/noticias/alianzas-de-transporte-con-empresas-courier>



Plan de Internacionalización

Helman Quesada
Méndez

Perfil Profesional

4.- Diseñe su Estrategia de Internacionalización

4.3.- Aplique Estrategias de Precios.

Asesórese sobre las variables que debe considerar para establecer precios en los mercados externos.

4.4.- Revise los Términos de Negociación.

Tenga clara las condiciones de negociación y las normas internacionales. Busque asesoría legal en caso de requerirlo.

Los *INCOTERMS* regulan *cuatro grandes problemas* que soporta toda transacción comercial:

1. La entrega de la Mercancía
2. Transferencia de Riesgos
3. Distribución de Gastos
4. Trámites documentales

De esta forma, en caso de conflicto quedan claramente establecidas las responsabilidades y obligaciones de las partes que intervienen en la operación.

Estas reglas son de aceptación voluntaria por cada una de las partes y pueden ser incluidas en el contrato de compraventa internacional.



Plan de Internacionalización

Helman Quesada
Méndez

Perfil Profesional

Estructura de los **INCOTERMS 2020** Los términos están agrupados en **cuatro** categorías:

- “E” El vendedor pone las mercancías en sus propios locales. (EXW).
- “F” El vendedor está encargado de entregar la mercancía al transportista que es contratado. (FCA, FAS, FOB).
- “C” El vendedor contrata el transporte pero no asume él ningún riesgo o costo adicional después de cargada o despachada la mercancía (CFR, CIF, CPT, CIP).
- “D” El vendedor soporta los gastos y riesgos que son necesarios hasta que la mercancía llega a su lugar de destino (DPU, DAP, DDP).

Al negociar se deben especificar claramente la cobertura del seguro, las limitaciones, tipo de transporte, empaque, embalaje, etiquetado, marcado y formas de pago.



Plan de Internacionalización

Estructura de los INCOTERMS 2010

Helman Quesada Méndez

Perfil Profesional

Incoterms
2020 *remigipalmés*

	AREA OF ORIGIN						MAIN TRANSPORTATION		DESTINATION AREA			
	Packaging verification control 1	Licenses, authorizations, other formalities 2	Loading in the truck or container in factory or warehouse 3	Inland transportation at origin. From factory to port, airport, terminal or main carrier. 4	Export clearance formalities 5	Handling costs at origin. Port, airport, TIR, train, etc. 6	Main transport 7	Transportation insurance from the point of delivery to destination 8	Handling costs at destination. (Port, airport, TIR, train, etc.) 9	Import clearance duties and taxes 10	Inland transport at destination. From port, airport or logistics operator to warehouse 11	Unload 12



Incoterms® 2020 ICC - RULES FOR ANY MODE OR MODES OF TRANSPORT

EXW Ex works	Cost												
	Risk												
FCA Free carrier	Cost												
	Risk												
CPT Carriage paid to	Cost												
	Risk												
CIP Carriage and insurance paid to	Cost												
	Risk												
DAP Delivered at place	Cost												
	Risk												
DPU Delivered at place unload	Cost												
	Risk												
DDP Delivered duty paid	Cost												
	Risk												



Incoterms® 2020 ICC - RULES FOR MARITIME TRANSPORTATION AND INLAND WATERWAYS www.remigipalmes.com

FAS Free alongside ship	Cost												
	Risk												
FOB Free on board	Cost												
	Risk												
CFR Cost and Freight	Cost												
	Risk												
CIF Cost, insurance and Freight	Cost												
	Risk												

Seller

Buyer

The seller must provide the necessary documentation for export and import clearance at the the buyer's request, risk and cost

Depending on the agreed delivery point

Required ICC-A
 Required ICC-C



Incoterms	FABRICA	TRANSPORTADOR	AL COSTADO DEL BUQUE	A BORDO	FRONTERA	LLEGADA	TERMINAL	ALMACÉN COMPRADOR
EXW	DE FÁBRICA	? LUGAR ACORDADO						
FAC	LIBRE TRANSPORTISTA	? LUGAR ACORDADO						
FAS		LIBRE JUNTO A LA NAVE	? PUERTO DE EMBARQUE					
FOB			LIBRE A BORDO	? PUERTO DE EMBARQUE				
CFR			COSTE Y CARGO	? PUERTO DE DESTINO				
CIF			COSTO, SEGURO Y FLETE	? PUERTO DE DESTINO				
CPT		? COSTO PAGADO A...					PUERTO DE DESTINO	
CIP		? TRANSPORTISTA Y SEGURO PAGADO A ...					PUERTO DE DESTINO	
DPU				ENTREGA EN LUGAR			? LUGAR DE DESTINO	
DAP						ENTREGA EN EL LUGAR	? LUGAR DE DESTINO	
DDP							IMPUESTO DE ENTREGA PAGADO	? DESTINO

Plan de Internacionalización

Helman Quesada Méndez
Perfil Profesional



4.- Diseñe su Estrategia de Internacionalización

4.5.- Simule Sus Costos de Exportación.

[Simulador de Costos](#)

Simulación de Costos de un Producto Exportado				
Origen	Bogotá			
Puerto	B/ventura			
Destino	Miami			
Transporte				
Bogotá B/ventura	Terrestre			
B/ventura Miami	Marítimo			
Moneda	Dólares Americanos			

Plan de
Internacionalización

Helman Quesada
Méndez
Perfil Profesional



4.- Diseñe su Estrategia de Internacionalización

4.5.- Simule Sus Costos de Exportación.

Simulador de Costos

Concepto		VR UND
Costo Directo		7
Costos Especiales para el Mercado en Miami	10%	0,7
Costos de Empaque y Embalaje	3%	0,21
Costo del Producto EXW Bogotá		7,91
Utilidad Deseada	25%	1,98
Flete a Puerto	3%	0,24
Costos de Aduana (manipulación, almacenaje, documentación)	1%	0,08
Costos Productos FOB B/ventura		10,20
Fletes a Destino	2%	0,20
Paso Canal de Panamá	2%	0,20
Valor CFR Miami en US\$		10,41
Más Seguro de Transporte Internacional, sobre FOB	1%	0,10
Valor CIF puerto Miami, en US\$		10,51

Plan de
Internacionalización

Helman Quesada
Méndez

Perfil Profesional



Plan de Internacionalización

Helman Quesada

Méndez

Perfil Profesional

4.6- Otras Estrategias de Internacionalización

La estrategia de entrada a mercados internacionales es un conjunto de acciones que se llevan a cabo para lograr participación en un mercado foráneo ya determinado y segmentado.

También es una vía para obtener mayor desarrollo en la organización y ocasionalmente coadyuva a la defensa de su presencia en los mercados locales.

4.6.1) Exportación

La exportación es la estrategia más común para penetrar mercados extranjeros. Podemos indicar que esta alternativa es el primer paso que las entidades dan en el largo proceso de internacionalización.

4.6.1.1) Exportación directa

- La característica de este tipo de exportación radica en que la gestión de promoción y comercialización de los productos es realizada por la propia empresa, ya sea a través de su propio departamento de comercio exterior o mediante la creación conjunta de una entidad especializada en el tema (Consortios de Exportación).
- Esta alternativa permite un mayor conocimiento y control sobre sus operaciones internacionales.



Plan de Internacionalización

Helman Quesada

Méndez

Perfil Profesional

4.6- Otras Estrategias de Internacionalización

4.6.1.2) Exportación Indirecta

La empresa no se compromete en las tareas de comercialización y marketing de sus productos en los mercados de destino, tareas que son encomendadas a empresas intermediarias de comercio exterior.

Esta alternativa proporciona un bajo control sobre las operaciones internacionales y un menor conocimiento de la actividad internacional.

Para las PYMES las exportaciones indirectas son buena alternativa al problema de la internacionalización.

Además, esta fórmula posee la ventaja de poder realizarse a través de la cooperación entre empresas, permitiendo la incorporación de pequeñas unidades económicas al comercio internacional.

4.6.2 Licenciamiento: Consiste en otorgar derechos legales (patentes, marcas, procesos), a compañías en el extranjero que estén interesadas en exportar el nicho de mercado. El licenciamiento es el mecanismo mas seguro de penetración internacional, pero al mismo tiempo es generalmente el menos rentable.

4.6.3 Franchising: Es el otorgamiento de un paquete fijo de productos y sistemas de producción bajo él modulo de licencia. El contratante aporta el conocimiento de mercado y participa en el manejo, mientras que en dueño de la franquicia aporta su marca y su modelo de negocio



Plan de Internacionalización

Helman Quesada
Méndez

Perfil Profesional

4.6- Otras Estrategias de Internacionalización

4.6.4 Participación: Consiste en compartir el manejo de las empresas colaboradoras en el exterior. Accediendo a las fortalezas del socio que se encuentra en el extranjero y su conocimiento y experiencia previa. Es basar las actividades de la empresa que quiere expandirse con empresas en el exterior para que le maneje su distribución y comercialización.

4.6.5 Consorcio: Es parecida a la participación, pero generalmente implica muchos participantes y grandes cantidades de recursos.

4.6.6 Maquila y Manufactura Propia: Implica la producción en el mercado destino, es la forma de mayor riesgo de penetración pero generalmente la más rentable.

4.6.7 Contrato de Administración: Consiste en subcontratar el manejo externo de la empresa a cambio de honorarios e incentivos por resultados. Se da cuando la compañía que quiere penetrar un mercado extranjero no desea utilizar parte de sus recursos en la administración externa.

4.6.8 Adquisiciones y Fusiones: Consiste en comprar empresas “ gemelas” en el extranjero y utilizarlas como catapulta de inserción internacional. Implica el control total de la compañía comprada y capacidad logística completa para asumir su manejo. También implica riesgo alto, acompañada de alta rentabilidad.



Plan de Internacionalización

Helman Quesada
Méndez
Perfil Profesional

4.6- Otras Estrategias de Internacionalización

4.6.9 Joint Venture: Es básicamente cuando dos o más socios arrancan de cero en modelos basados en comienzo y creación de nuevas empresas con operaciones en el extranjero.

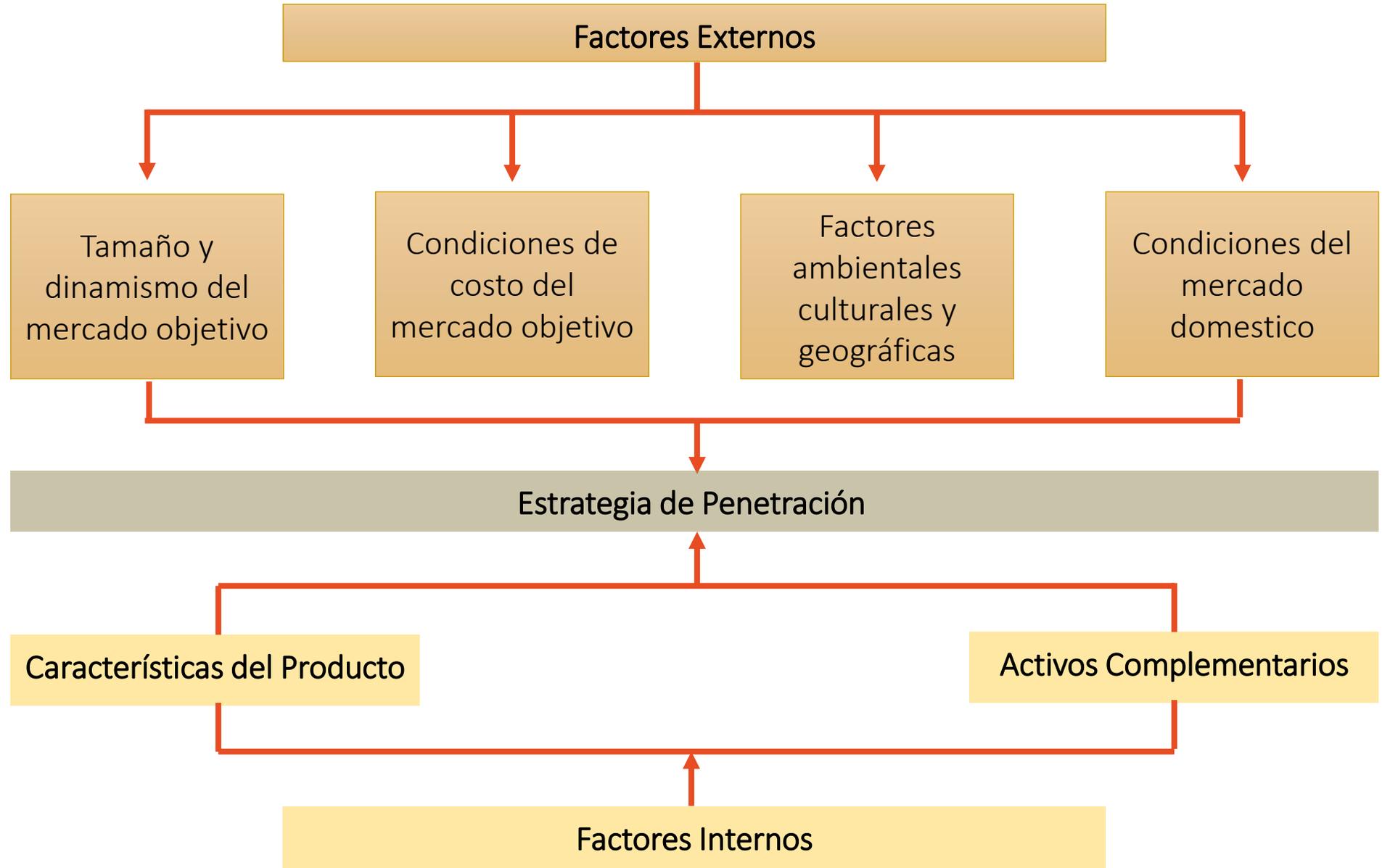
4.7- Factores para la Selección de la Estrategia

Factores externos. Los factores externos se refieren a las características de los mercados exteriores y del mercado doméstico, así como del sector al que pertenece la empresa.

Factores internos. Entre los factores internos, los más significativos son las características del producto y los activos comprometidos.



4.7- Factores para la Selección de la Estrategia



Plan de
Internacionalización

Helman Quesada
Méndez
Perfil Profesional



Plan de
Internacionalización

Helman Quesada
Méndez

Perfil Profesional

4.7- Factores para la Selección de la Estrategia

Factores Externos:

Mercado objetivo: el tamaño del mercado, actual y futuro, constituye una primera variable a tener en cuenta. Los mercados pequeños favorecen formas de penetración de bajo compromiso, como las exportaciones indirectas, licencias o acuerdos interempresariales, mientras que lo contrario sucede en los mercados altamente dinámicos, donde pueden caber opciones más comprometidas, como las filiales o las empresas mixtas

Estructura de competencia del mercado: en caso de ser altamente competitivo, la exportación se ve favorecida respecto a vías alternativas de mayor compromiso, mientras que la presencia directa, a través de la inversión, es más requerida en mercados oligopolizados. Por último, importa también la infraestructura de marketing del mercado de destino: en caso de ser inexistente, la empresa ha de optar por establecer canales propios de comercialización.

Condiciones de coste: Un segundo conjunto de variables se refiere a las condiciones de coste del país de destino. En caso de que exista una notable ventaja de coste (ventaja de localización), la empresa tratará de implantarse a través de fórmulas inversoras, mientras que si los costes son elevados en relación con los del mercado de origen, la empresa tratará de buscar alguna fórmula que no requiera presencia directa en el mercado de destino.



Plan de Internacionalización

Helman Quesada
Méndez

Perfil Profesional

4.7- Factores para la Selección de la Estrategia

Factores Externos:

Factores ambientales: Las condiciones y normatividad económica, política y cultural del mercado de destino.

La distancia **geográfica** puede constituir un factor relevante, en virtud de los costes asociados al transporte de las mercancías.

La distancia psicológica entre mercados,;: **Cultural, lingüística e institucional**, condiciona la percepción de riesgos e incertidumbres, de modo que cuanto mayores sean, más proclive será la empresa a optar por fórmulas de bajo compromiso exterior.

Condiciones del mercado doméstico: influyen sobre la forma de penetración de la empresa en los mercados internacionales. La dimensión del mercado doméstico puede condicionar la escala de producción de la empresa favoreciendo o no fórmulas más comprometidas de penetración.

Clima de competencia en el mercado de origen, dado que las estructuras oligopólicas favorecen la rivalidad entre las empresas en sus estrategias de internacionalización.



Plan de Internacionalización

Helman Quesada
Méndez

Perfil Profesional

4.7- Factores para la Selección de la Estrategia

Factores Internos:

Características del producto: diferenciación del producto puede condicionar el nivel de presencia de la empresa en mercados exteriores.

Cuanto mayor sea la capacidad de diferenciación, más obligada estará la empresa a apoyar la presencia de sus productos con una poderosa acción de marketing en los mercados de destino. La intensidad tecnológica de los bienes comerciados también puede condicionar las formas de penetración de la empresa, favoreciendo fórmulas como la licencia o la inversión, cuando es relevante la exclusividad del activo tecnológico de la empresa.

Activos comprometidos: Cuanto mayores sean los recursos de la empresa, más accesibles serán las fórmulas comprometidas de penetración internacional, como la inversión.

La experiencia internacional también puede favorecer fórmulas más intensas de penetración de los mercados exteriores.



Plan de Internacionalización

Helman Quesada
Méndez
Perfil Profesional

5.- Evaluación de la Gestión de Internacionalización

5.1.- Compare los costos reales de su internacionalización.

Revise si efectivamente los costos proyectados coinciden con los exportados antes de avanzar con un nuevo negocio.

5.2.- Diseñe e implemente las mejoras a que de lugar.

Identifique dónde tiene vacíos y busque asesoría. Acérquese a Procolombia en cualquiera de las regionales o al Centro de Información.

[Tour virtual del proceso logístico de exportación](#)



Plan de Internacionalización

Helman Quesada
Méndez

Perfil Profesional

Bibliografía

- García sordo Juan B, Marketing Internacional Mc Graw Hill
- Castellanos Ramírez Andrés, Logística comercial internacional, Ecoe Ediciones
- Hill L. Charles W. Global Business today, Mc Graw Hill
- Keggan Warren J. Markeing global Preintice Hall, quinta edición
- Ruibal Handabaka Alberto. “Gestión Logística de la DFI”. Norma,
- Phillip Kotler “Megamarketing” (117-124)
- W. L. Hill Charles “Negocios Internacionales” Mc Graw Hill, octava edición.
- Cateora, Gilly, Graham, “Marketing Internacional” Mc Graw Hill, decimo sexta edición.

Webgrafía

- Pagina Oficial de PROCOLOMBIA
- Pagina Oficial de La DIAN
- Pagina Oficial de INVESTPACIFIC



Plan de
Internacionalización

Helman Quesada
Méndez
Perfil Profesional

Especialización en Negocios Internacionales.

Modulo: plan de internacionalización

Gracias por su atención