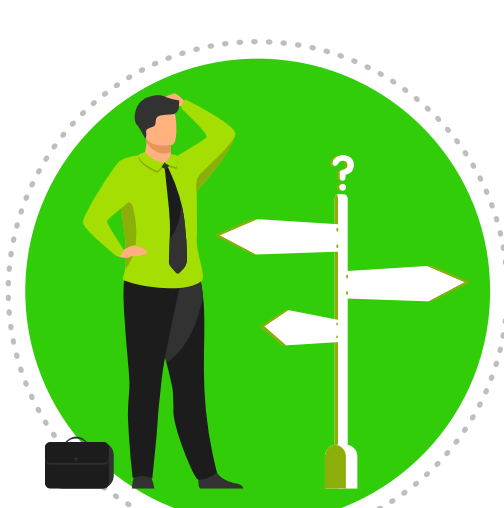




# GUÍA DE 12 PASOS HACIA LOS MERCADOS INTERNACIONALES

## PRIMERA PARTE. PLAN ESTRATÉGICO


**1**

### DECISIÓN DE INTERNACIONALIZACIÓN

- Pertenece a la dirección de la compañía
- Realizar un Plan Estratégico a largo plazo, riguroso y gradual.
- Definir objetivos


**2**

### ANÁLISIS INTERNO

- Identificar el potencial de internacionalización de la empresa
- Analizar cada departamento de la empresa


**3**

### ANÁLISIS EXTERNO

- Observar y evaluar el mercado o mercados objetivo (cuanto más, mejor)
- Investigación de mercado y análisis del entorno (Pestel)


**4**

### PROCESO DE SELECCIÓN DE MERCADO

- Identificar y seleccionar el mercado más idóneo para la empresa
- Definir las 4 distancias con el mercado: geográfica, cultural, administrativa y económica


**5**

### ELECCIÓN DE LA FORMA DE ENTRADA

- Determinar los factores que influyen la elección de la forma de entrada
- Definir cada forma de entrada en base al coste, riesgo, flexibilidad y control


**6**

### MARKETING MIX GLOBAL

- Redefinir el actual Marketing Mix (Producto o servicio)
- Identificar la tendencia hacia la adaptación o estandarización


**12**

### VENTAS

- ¿La empresa cuenta con una fuerza de ventas motivada y local (del nuevo mercado)?
- ¿Se ha definido cómo se va a conectar con los clientes potenciales?
- ¿Cómo se van a convertir los clientes potenciales en clientes activos?


**11**

### PROCEDIMIENTOS ADUANEROS

- ¿La empresa cuenta con un Agente de Aduanas eficiente y de confianza?
- ¿Se ha definido cómo gestionar los procedimientos aduaneros?
- ¿Conoces las características de los Incoterms 2020?


**10**

### LOGÍSTICA

- ¿La empresa cuenta con un socio logístico eficiente y de confianza?
- ¿Se ha definido cómo gestionar la cadena de suministro desde nuestro almacén hasta la puerta del cliente?


**9**

### FINANZAS

- ¿Tiene la empresa definido cómo va a gestionar el cobro y minimizar el riesgo de impago?
- ¿Se ha elegido el instrumento de cobertura de riesgo de cambio?
- ¿Se dispone de líneas de crédito / recursos propios suficientes para financiar los nuevos pedidos?


**8**

### ÁREA LEGAL Y FISCAL

- ¿Cuáles son las cuestiones legales y normativas que debo tener en cuenta?
- ¿Qué obligaciones debo cumplir si vendo en el mercado pero no estoy presente físicamente en él?
- ¿Conozco el sistema fiscal del mercado objetivo?


**7**

### ÁREA DE PRODUCCIÓN

- ¿Tiene la empresa la capacidad para realizar los nuevos pedidos?
- ¿Cómo se van a gestionar administrativamente los nuevos pedidos?

## SEGUNDA PARTE. PLAN OPERATIVO