

Objetivos del Programa

- Preparar a las Pymes para los mercados cada vez mas globalizados.
- Aumentar el número de Pymes exportadoras, o volumen y calidad de sus exportaciones.
- Concientizar a la Pyme sobre las ventajas y oportunidades del proceso de internacionalización.

Características

- Programa de asesoramiento integral. Un asesor trabaja con la empresa para diseñar de forma personalizada un Plan de Comercialización Internacional (PCI) que incluye mercados seleccionados, objetivos, estrategias y acciones.
- Metodología adaptable a las necesidades individuales de la empresa.
- Formación de un cuerpo de asesores en comercio exterior.

FASE I. DIAGNÓSTICO DE POSICIÓN PYME

Mediante las fichas base presentadas por las empresas se realizará un concurso para la selección de 10 empresas que participen del programa.

Objetivo: Análisis interno de cada uno de los departamentos involucrados en el proceso de la exportación. Potencialidades y debilidades de la PYME. Formación y capacitación de un cuerpo de asesores en comercio internacional homologados.

Duración: 30 días.

- Estructura. Capacidad de producción.
- Análisis de productos. FODA PYME (competitividad interna, barreras de entrada al sector) y FODA de sus productos orientados al mercado internacional. Análisis de la capacidad financiera de la organización. Capacidad de respuesta de sus Proveedores.

- Normas de calidad. Otras Certificaciones de procesos.
- Insumos y materias primas. Análisis de Componentes y calidad de los mismos.
- Análisis de experiencias en ferias nacionales.
- Flujo de fondos orientado a la actividad exportadora. Capacidad de oferta exportable.

Capacitación de Asesores

Se realizaran cuatro módulos cuyos objetivos son lograr ;

- 1) Actualización de profesionales involucrados en el proceso de asesoramiento.**
- 2) Profundización de conceptos**

FASE II – DESARROLLO DE ESTRATEGIAS PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN.

Objetivo: Trabajar junto a la Pyme en la capacitación referente al comercio exterior y puesta en marcha de lineamientos en comercio internacional que permitan establecer un plan de internacionalización.

Duración: La duración de esta fase será de 3 meses.

a) CAPACITACION

Se trabajará en la formulación de talleres que permitan a la PYME obtener capacitación previa en comercio exterior con el fin de encarar el proceso exportador conociendo cada uno los puntos críticos en el proceso de exportación.

Documentación: Conocimiento de trámites y documentación de comercio exterior en diferentes organismos. Manejo de documentación. Responsabilidades. (se trabajará sobre documentación básica de comercio exterior haciendo énfasis en la documentación exigida en particular por los principales mercados para la importación del producto PYME.

Logística: Medios de transporte, función del despachante de aduanas, agente de transporte aduanero. Paletizado de la mercadería. Consolidación de FCL y LCL. Coordinación de despacho.

Medios de Pago: Capacitación interna a sector pagos de la organización referente a normativa bancaria y medios de pago internacionales habituales en comercio exterior. Carta de crédito y cobranzas documentarias. Pago de derechos de exportación, plazos y confección de factura "E".

Coordinación y Lineamientos Básicos del Área de Comercio Exterior de la PYME: Estructura del área de comercio exterior. Planificación de exportaciones, coordinación con otras áreas de la compañía, comunicación de oferta exportable, ferias y exposiciones.

b) DESARROLLO DEL PLAN DE COMERCIALIZACION INTERNACIONAL – PCI

Análisis de Conclusiones FASE I. Objetivos

La empresa elabora conclusiones en base al análisis realizado en la Fase I. Se establecen lineamientos internos en base a la capacitación otorgada con el fin de preparar la empresa para el comercio internacional.

Inteligencia Comercial

- Clasificación arancelaria de producto.
- Establecimiento de criterios de información / definición de mercados potenciales y ferias internacionales. Criterios de búsqueda en organismos públicos y organismos específicos.
- Check list sobre ferias internacionales referente a material necesario.

Plan de Comercialización Internacional

- Establecimiento de estrategias de penetración de mercado. Prioridades. Intención, medida y plazo de ejecución.
- Normativa de packaging. Marcas obligatorias en Embalajes.
- Inteligencia comercial de la competencia. Relevamiento de información.

Costos y precios

Realización de flujo de fondos teniendo en cuenta las estrategias de penetración.

Establecimiento de formas de financiamiento (en caso de ser necesarias).

Análisis de costos de exportación. Oferta exportable en base a alternativas de INCOTERMS.

Desarrollo de material promocional en dos idiomas.

FASE III – PUESTA EN MARCHA DEL PCI

Objetivo: Presentación y aplicación del plan.

Duración: 6 meses

Organización de la estructura exportadora. Plan de trabajo para la internacionalización de la compañía.

Puesta en marcha de procesos de inteligencia comercial y búsqueda de información referente a mercados potenciales.