

VI Convención Internacional
de Comercio Exterior



Cómo Internacionalizar una Pyme: Más allá de la Exportación

Lic. Sergio Giannice

Organiza



RGX
CENTRO DE INVESTIGACIONES Y SERVICIOS

www.rgsonline.com

22 | 23 | 24 de abril
Mar del Plata

Exportación e Internacionalización



- ¿A qué llamamos Exportación?
- ¿Qué entendemos por internacionalización?
- ¿Porqué se promociona la exportación, más que la internacionalización?

La internacionalización como alternativa



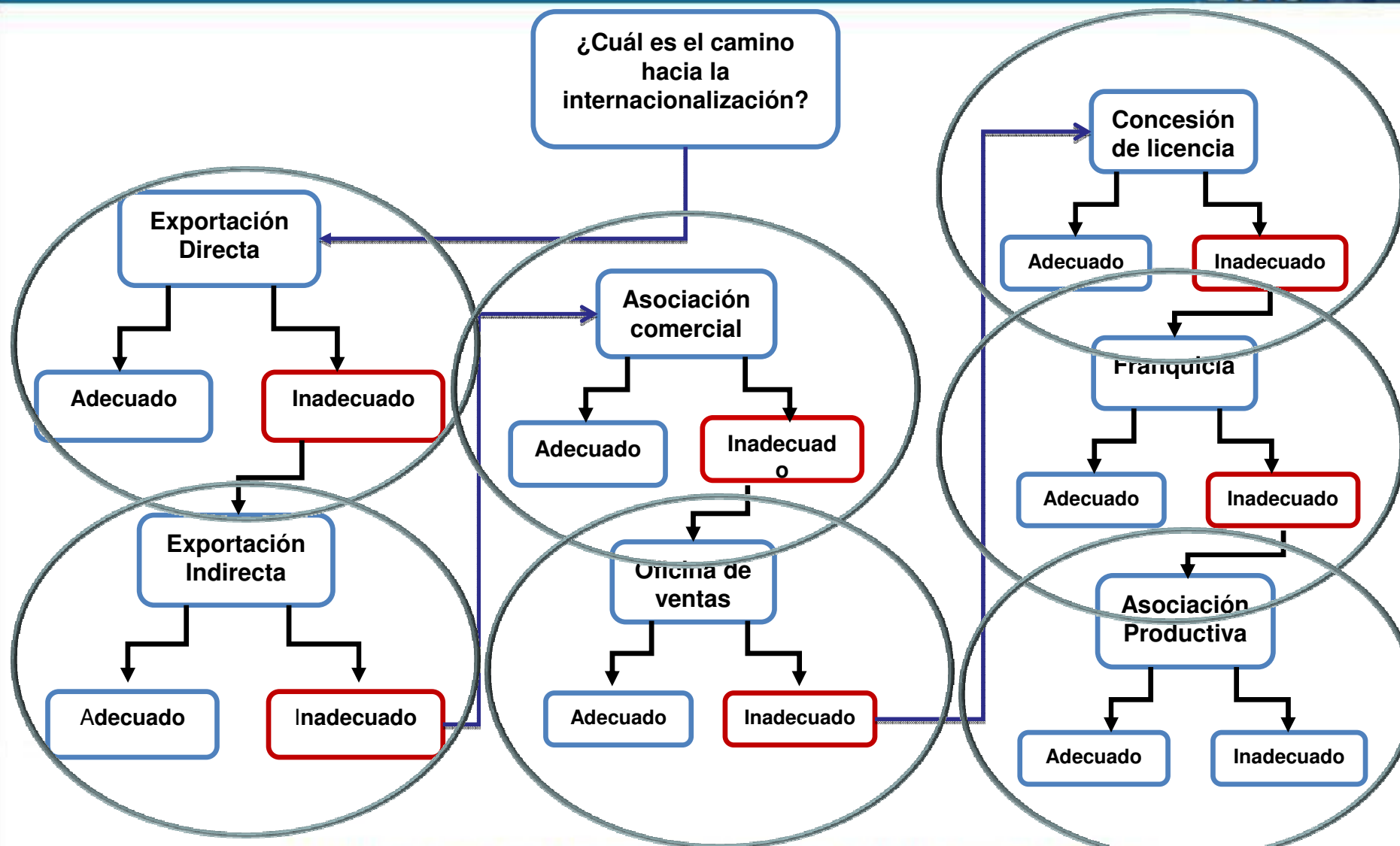
- La evolución de la “*transabilidad*” internacional.
- La exportación de servicios
- Los nuevos modelos de negocio
- Debe reconocerse que aún viéndose imposibilitada la exportación, puede encontrarse intacta la posibilidad de Internacionalización

Opciones para la Internacionalización



- **Exportar**
- **Comercializar:**
 - La idea de negocio
 - El know how
 - La marca
 - La ingeniería de proceso
 - Una franquicia
- **Asociarnos:**
 - Para comercializar
 - Para producir
- **Instalarnos**
 - Para comercializar
 - Para producir

Formas de acceso al mercado

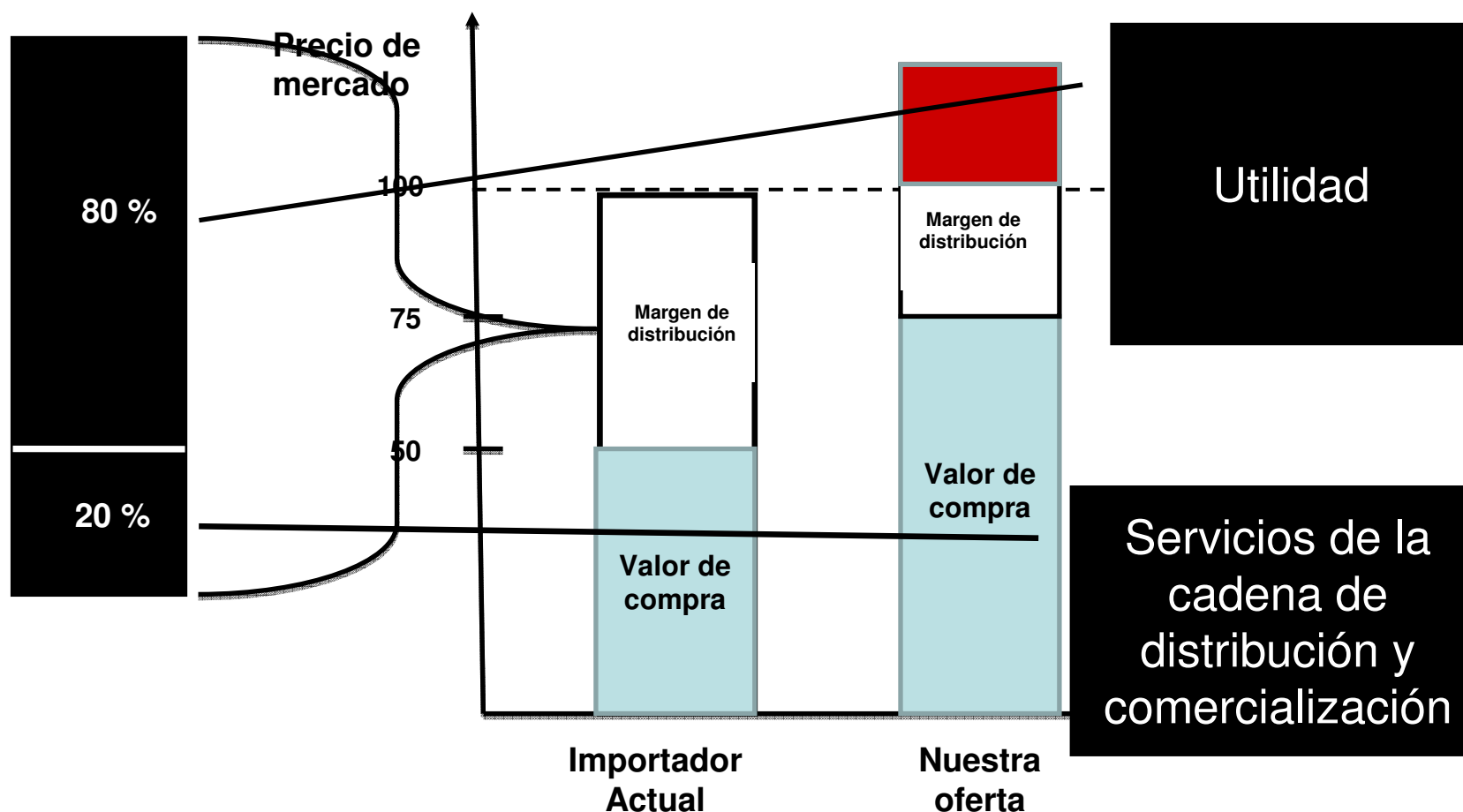


Integración Vertical y *Squeeze* de Precio

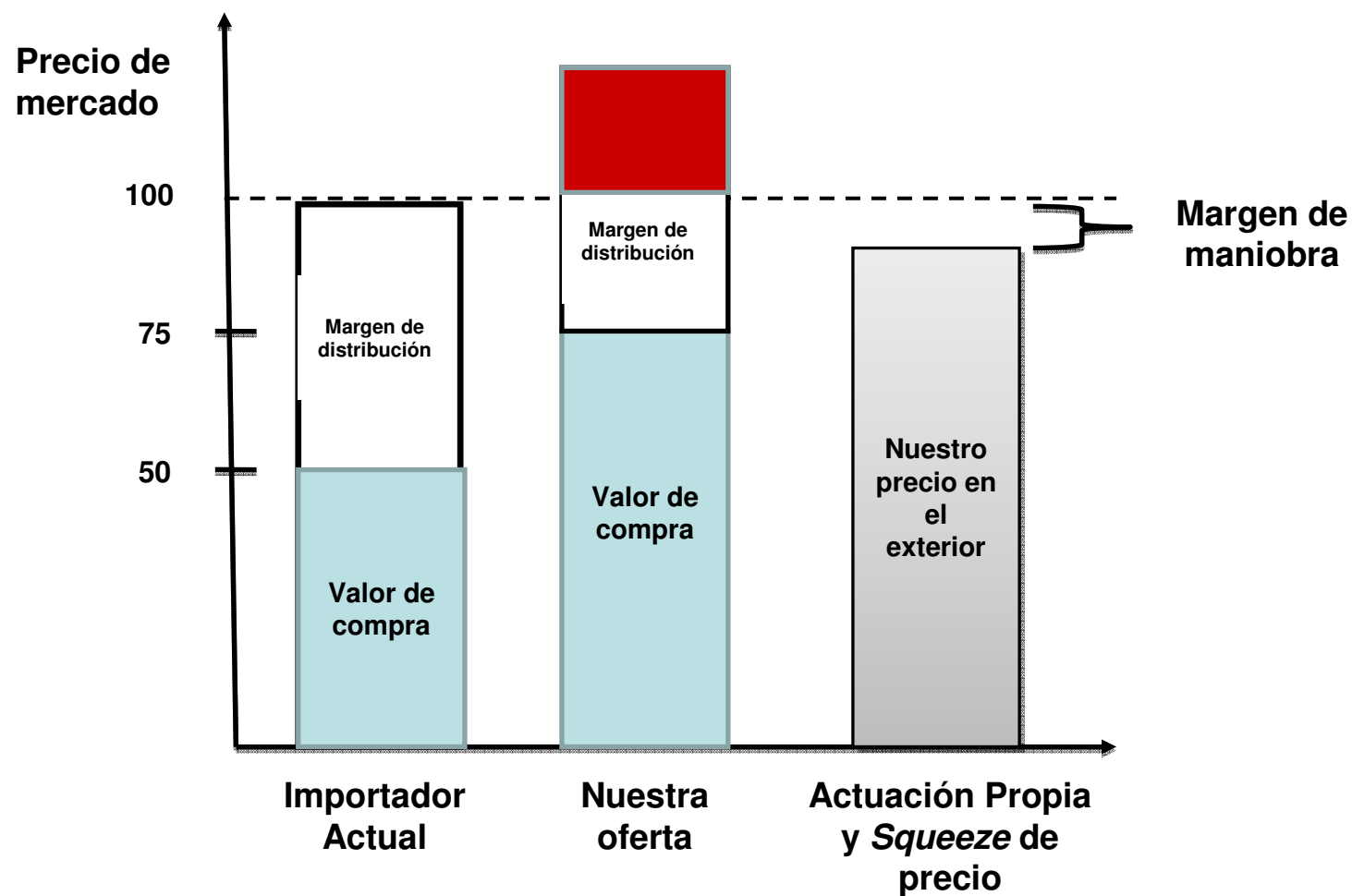


- ¿Qué tipo de integración vertical puede experimentar una PyMe que pretende internacionalizarse?
- ¿En qué consiste el *Squeeze* de precios?
- Determinantes principales de su factibilidad:
 - Capacidad competitiva de nuestro producto
 - Concentración de la importación
 - Desinterés en nuestro producto, por parte de los principales importadores
 - Altos márgenes de utilidad del importador
 - Identificación de “nichos” de mercado.
 - Posibilidades de asumir una gestión de distribución propia, en el mercado de destino

Condiciones de conveniencia para la integración vertical



Aplicación del *Squeeze* de precios



Justificación del *Squeeze* de precios



- La empresa integrada puede incrementar el margen propio, apropiándose del que podrían obtener los clientes, con lo cual mejoraría su rentabilidad
- Siendo que la **empresa integrada** acumula los distintos márgenes de las etapas del proceso en las que actúa, podría **reducir el margen** en uno de ellos para **ganar cuota de mercado** en tal etapa, o enfrentar a los competidores que no puedan afrontar esta situación.
- Aunque esta reducción implica disminuir el margen total de la empresa integrada, **se fortalece su posición competitiva** en la etapa seleccionada, generando rentabilidades superiores.

Asociatividad y alianzas estratégicas



- La asociatividad de PyMEs exportadoras surge como una opción muy interesante para la puesta en práctica de estrategias de integración vertical, avanzando hacia canales de distribución en el exterior.
- Los acuerdos con prestadores de servicios en el exterior constituyen una opción intermedia, que se sitúa entre la simple exportación y la radicación de oficinas de venta.

Reflexiones finales



- Pensar en términos de internacionalización implica reconocer las competencias propias, e identificar los modelos de negocio válidos para explotarlos internacionalmente. La esencia del modelo de negocio, consistirá en permitir el traslado al exterior de las ventajas competitivas.
- El modelo de negocio será adecuado si permite vehiculizar las ventajas competitivas hacia el exterior, minimizando la pérdida de atributos.

- Mientras el éxito de la exportación suele depender del logro de ventajas competitivas netas de la distribución física internacional, el éxito de la internacionalización depende de la aplicación de un modelo de negocio válido, el cuál implicando o no un traslado de bienes al exterior, se enfoca en la explotación de los atributos tangibles e intangibles que determinan las ventajas competitivas de la empresa.

FIN