

GUIA PARA LA FORMULACIÓN DE UN PLAN DE EXPORTACIÓN

Para efectos de ayudar en el desarrollo de los mismos, se plantea esta guía con información para identificar los temas que se esperan en el PLAN DE EXPORTACION de la empresa.

1. ANTECEDENTES Y ENTORNO ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA

- 1.1. Antecedentes de la empresa: historia de la empresa, tipo de empresa, empleados con los que cuentan.
- 1.2. Misión, Visión, Objetivos y Metas.
- 1.3. Descripción de la oferta de productos o servicios. Se deberá detallar, según aplique, la línea de productos y/o servicios y % de contribución en las ventas según el año cerrado anterior.
- 1.4. Cuadro de ventas de los últimos 3 años, separando entre ventas nacionales y ventas de exportación (si aplica). Mencione la proyección de ventas al cierre del año, separando entre ventas nacionales y las ventas de exportación que se esperan realizar.
- 1.5. Organización actual y equipo directivo; su formación, experiencia y capacidades de cara al proyecto de exportación. Identificación de las posiciones claves que deben ser fortalecidas o cubiertas para implementar el plan exportador y lograr su sostenibilidad.
- 1.6. Análisis FODA de la empresa.

OPORTUNIDADES: Indicar todas aquellas situaciones externas a la empresa que podrían tener un impacto favorable en sus actividades.

AMENAZAS: Indicar todas aquellas exigencias del mercado y su entorno que pueden impedir su acceso. Particularmente aquellas relativas a diseño, precio, calidad, volúmenes y servicio.

FORTALEZAS: Indicar todos aquellos factores internos positivos que contribuyen al logro de la competitividad de la empresa en los mercados.

DEBILIDADES: Indicar aquellos factores internos negativos que dificultan el logro de los objetivos de la empresa (puede poner especial énfasis en los aspectos relacionados con la productividad).

2. ANALISIS DEL POTENCIAL EXPORTADOR DEL PRODUCTO/SERVICIO

- 2.1. Descripción técnica del producto o servicio que se exportará.
- 2.2. Principales productos o servicios de la competencia, directos y/o indirectos o sustitutos.
- 2.3. Estándar de calidad requerido por el mercado de exportación.
 - **Normativa técnica exigida para los productos y/o servicios:** ¿Necesita su producto o servicio cumplir alguna normativa de tipo técnico para los países objetivos donde exporta o exportará?, ¿cuáles son?, ejemplos: RTCA (Reglamentos Técnicos Centroamericanos), USA – FDA (etiquetado y envasado), Acuerdos de Asociación, etc.
 - **Normativa exigida para las empresas:** ¿Necesita su empresa cumplir alguna normativa de tipo técnico para los mercados objetivos donde exporta o exportará?, ¿cuáles son?, ejemplos: ISO, HACCP, CMMI (Capability Maturity Model Integration).
- 2.4. Valor para el cliente y ventajas competitivas del producto o servicio que pueden ser mantenidas frente a la competencia.
- 2.5. Tipos de productos o servicios que actualmente venden y los mercados que actualmente atienden, especificando el volumen de venta y el % de la venta total según último año:
 - ✓ En Mercado Nacional:
 - ✓ En Mercado de Exportación (especificar países):
- 2.6. ¿Qué tipo de cliente es el que le compra? (importadores, distribuidores, detallistas: tiendas de conveniencia, supermercados, cliente final, detalle otro tipo de cliente o alianzas, etc.).
- 2.7. Tecnología o tipos de investigación desarrollados por la empresa para mantener las ventajas del producto y/o servicio.

3. SELECCIÓN DEL MERCADO META

3.1. Justificación de la elección del mercado meta. Oportunidades identificadas en el sector industrial o de servicio donde se desea incursionar y tendencias en ese sector.

4. ANALISIS DEL MERCADO META

4.1. Aspectos cuantitativos del mercado seleccionado. Tamaño y potencial del consumo en valor y/o volumen, en los últimos años.

4.2. Aspectos cualitativos del mercado. Características y segmentación del mercado.

4.3. Situación general de precios, canales de distribución y promoción.

4.4. Barreras arancelarias y no arancelarias de acceso al mercado.

4.5. Identificación y análisis de la competencia, tanto local como internacional.

4.6. Identificación de oportunidades y amenazas para su producto o servicio en el mercado seleccionado.

4.7. Volumen de ventas esperado por la empresa en el mercado seleccionado, para que éste le sea atractivo.

5. ASPECTOS OPERACIONALES

5.1. Definición de objetivos y metas en el mercado seleccionado.

5.2. Adecuaciones de la mezcla de mercadeo (Producto, Precio, Promoción y Plaza/Distribución), en el mercado meta que son necesarias para satisfacer adecuadamente al mercado seleccionado.

5.3. Estrategia de entrada al mercado.

5.4. Describir la forma de cómo se harán las operaciones de las ventas de exportación: costos y precios de exportación.

5.5. Aspectos de logística: envase, etiquetado, empaque, embalaje y transporte; software empaquetado u on-line, servicio prestado en el país o en el exterior; entre otros.

5.6. Contratos y formas de pago.

5.7. Programa de actividades de corto plazo, incluyendo el presupuesto y tiempos de ejecución para cada una.

6. ANALISIS FINANCIERO

6.1. Recursos y/o inversiones requeridas para implementar el plan de exportación.

6.2. Formas de financiamiento para realizar el plan de exportación.