

FORMACIÓN

webinar gratuito para pymes

Exportar servicios:

de lo local a lo global





1. Introducción a la exportación de servicios
2. Inteligencia comercial aplicada
3. Obstáculos más frecuentes y tips para superarlos
4. Adaptación al mercado internacional
5. Promoción comercial internacional



1. Introducción a la exportación de servicios
2. Inteligencia comercial aplicada
3. Obstáculos más frecuentes y tips para superarlos
4. Adaptación al mercado internacional
5. Promoción comercial internacional



Servicios y productos digitales



Experiencia para percibir el valor



Estructura de costos y modelo de negocio



Upgrading sencillo



Costo de cambiar



Efectos de red



¿Por qué vale la pena exportar servicios?



Acceder a mercados grandes, dinámicos, con potencial



Escalar y sortear limitaciones del mercado interno



Jugar en grandes ligas y mejorar reputación



Diversificar riesgos



Aprovechar capacidad ociosa



Hay distintos modos de llegar al cliente externo



Modo 1. Suministro transfronterizo



Modo 2. Consumo en el extranjero



Modo 3. Presencia comercial



Modo 4. Movimiento de personas físicas



“Modo 5”. Servicios incorporados en bienes



ERROR

Salir al mundo sin un plan

- Dispersión de esfuerzos
- Costos altos
- Falta de foco
- Despilfarro de recursos



La internacionalización es un camino





Punto de partida: Objetivos SMART

La internacionalización es un medio, no un fin. ¿Qué se busca lograr?

Objetivos SMART

- Específicos
- Medibles
- Alcanzables
- Relevante
- Con horizonte temporal



Punto de partida: Diagnóstico

¿Qué es? Análisis de la empresa y las capacidades clave para salir al mundo

¿Para qué sirve?

- Conocer el punto de partida de la internacionalización
- Construir matriz FODA
- Definir oferta exportable
- Formular plan de acción



Punto de partida: Diagnóstico

- Experiencia fuera del mercado habitual
- Competitividad interna vs. externa
- Estrategia de promoción
- Recursos humanos, tecnológicos y financieros
- Capacidad productiva
- Posicionamiento respecto de empresas internacionalizadas
- Instrumentos de promoción



Punto de partida: FODA





Definición de la oferta exportable

Oferta actual

- ¿Qué productos digitales o servicios se podrían exportar en su forma actual?
- ¿Qué podría exportarse con adaptaciones?

Oferta potencial

- Nuevos productos o servicios
- Nuevas modalidades:
 - Enlatado o a medida
 - Pago único o suscripción
 - Etc.
- Servicios complementarios y/o asistencia postventa



CLAVE

Sin diagnóstico y planificación no hay internacionalización sostenible

- Identificar fortalezas y debilidades permite definir una oferta exportable realista.
- El análisis de oportunidades y amenazas ayuda a priorizar y reducir riesgos
- Un plan de exportación bien estructurado ordena recursos, plazos y objetivos SMART.



1. Introducción a la exportación de servicios
2. Inteligencia comercial aplicada
3. Obstáculos más frecuentes y tips para superarlos
4. Adaptación al mercado internacional
5. Promoción comercial internacional



ERROR

Elegir un mercado sin investigar

- **Riesgos financieros:** costos hundidos, inversiones que no retornan, doble imposición, problemas de cobro
- **Riesgos comerciales:** mercado saturado, nicho incorrecto, subestimación de barreras culturales/idiomáticas
- **Riesgos estratégicos:** dispersión de esfuerzos, desatención del mercado local, daño a reputación
- **Riesgo de posicionamiento** en nicho no deseado



Selección y priorización de mercados

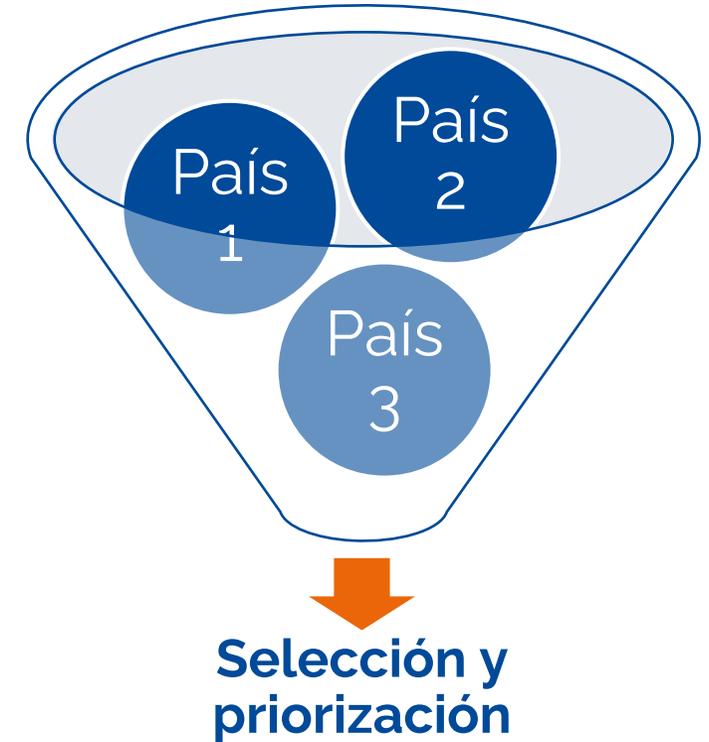
¿Qué es?

Análisis comparativo de distintos destinos potenciales

¿Para qué sirve?

Identificación del destino más apropiado para la empresa según criterios objetivos sobre:

- Características del mercado
- Capacidades y prioridades de la empresa





Selección y priorización de mercados

Atractivo

- Tamaño, crecimiento
- Perfil del cliente
- Líder en tendencias
- Posicionamiento de la empresa

Accesibilidad

- Distancia, huso horario
- Similitud cultural e idiomática
- Competencia
- Barreras al comercio



Selección y priorización de mercados





Fuentes de información



Otras fuentes útiles

- Organismos regionales (BID, CEPAL, ALADI)
- Oficinas nacionales de estadística
- Bancos centrales
- Agencias promoción
- Cámaras empresariales
- Etc.



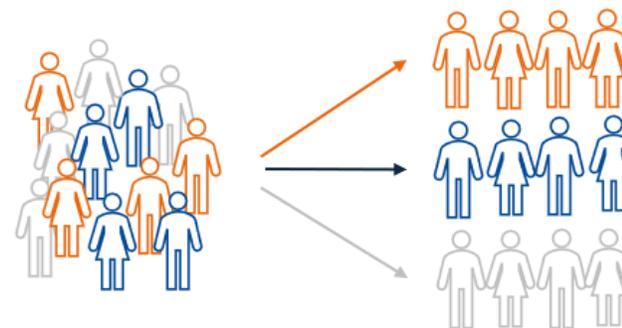
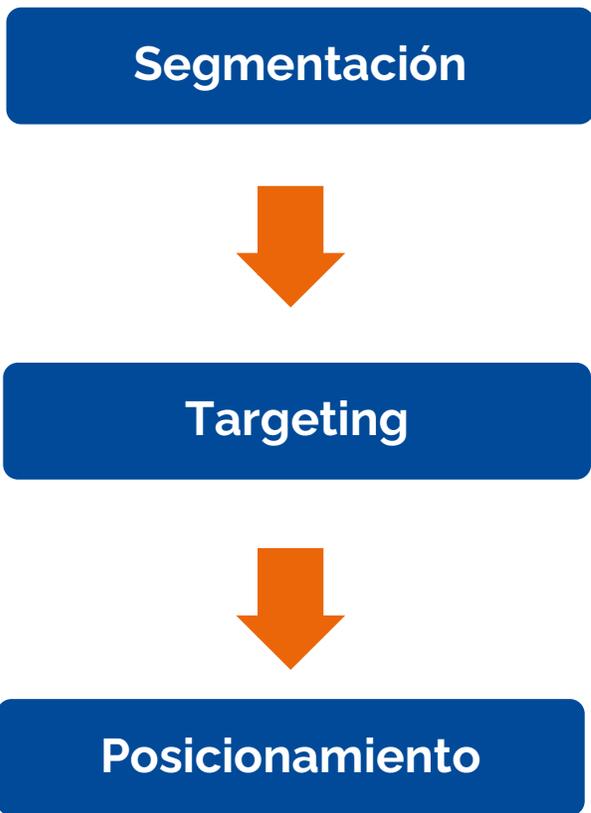


Análisis de mercado

-  Entorno macroeconómico actual y proyecciones
-  Aspectos sectoriales
-  Benchmarking
-  Perfil de los clientes
-  Regulación
-  Heterogeneidades regionales



Estrategia STP





Canvas de exportación





CLAVE

La clave no es ir a todos los mercados, sino construir presencia donde la propuesta hace la diferencia

- Definición estratégica del mercado es necesaria, pero no suficiente
- El segmento objetivo debe ser claro: país + sector/región + cliente
- Foco permite diseñar una propuesta de valor a medida
- Validar antes de invertir reduce riesgos y permite ajustar a tiempo



1. Introducción a la exportación de servicios
2. Inteligencia comercial aplicada
- 3. Obstáculos más frecuentes y tips para superarlos**
4. Adaptación al mercado internacional
5. Promoción comercial internacional



ERROR

Subestimar las barreras regulatorias

- Los obstáculos son **más complejos y menos transparentes** que en el comercio de bienes
- No considerar correctamente las barreras regulatorias **puede arruinar el negocio**



Barreras más frecuentes

Restricciones al comercio

- Prohibiciones / limitaciones a participación extranjera
- Discriminación entre proveedores locales y extranjeros
- Restricciones a tiempo de permanencia
- Etc.

Diferencias regulatorias

- Requisitos para prestar servicios / obtener licencias
- Formaciones profesionales
- Protección de datos / consumidor
- Regulación sobre inversión extranjera
- Etc.

Varían según país, sector y modo de suministro



¿Cómo sortear las barreras?

Restricciones al comercio

- Alianzas con empresas locales
- Presencia comercial
- Representante local
- Etc.

Diferencias regulatorias

- Adecuación a requisitos
- Alianza con actor local
- Etc.

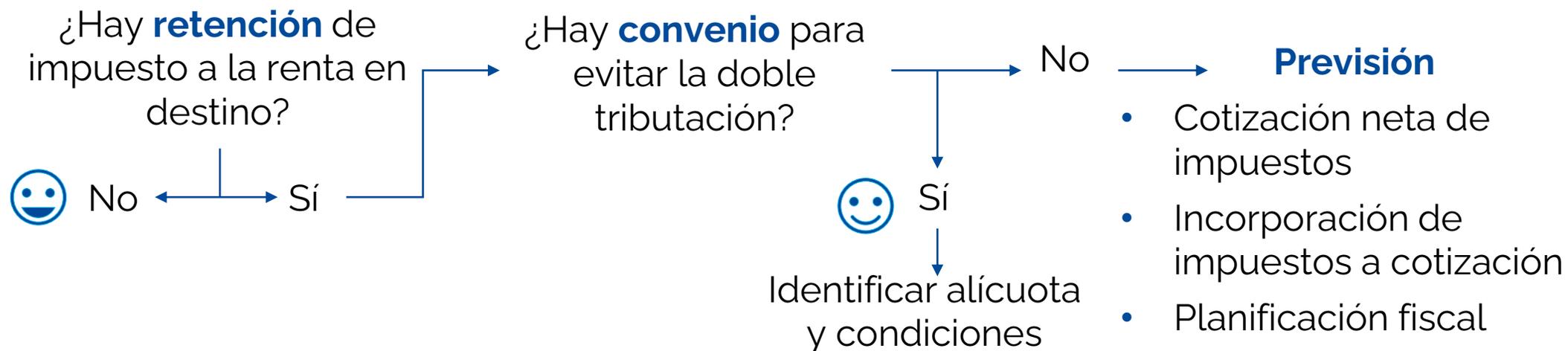
¡Tiempo y dinero!

Atención a la relevancia y horizonte temporal del proyecto



Impuestos

- **En Argentina:** Exención de IVA e IIBB (exc. Catamarca, Corrientes, Chaco, Formosa, Santa Cruz, Tierra del Fuego). Se paga **IIGG**.
- **En el exterior:** Pueden aplicarse diversos impuestos. **IRRF** en la mayoría de los países, varía según tipo de servicio. Base imponible: valor bruto. **Doble imposición**.





Normativa cambiaria

Pueden existir:

- Limitaciones a la compra / venta de divisas
- Limitaciones a los pagos internacionales
- Obligación de ingresar / liquidar divisas en un plazo determinado
- Tipos de cambio múltiples

Atención a restricciones en Argentina y país de destino

- Argentina: Ingreso dentro de 20 días de cobro. Personas jurídicas: liquidación.



CLAVE

Las barreras al comercio de servicios no son obstáculos definitivos.

Con información, alianzas y planificación, se transforman en oportunidades.



1. Introducción a la exportación de servicios
2. Inteligencia comercial aplicada
3. Obstáculos más frecuentes y tips para superarlos
- 4. Adaptación al mercado internacional**
5. Promoción comercial internacional



ERROR

**Considerar que
todos los mercados
son similares**

- Ignorar diferencias culturales y de consumo
- Desconocer regulaciones y requisitos
- No adaptar precios, canales o modalidades de entrega



Adaptación al mercado internacional

¿Por qué adaptar?

- Gustos, necesidades, prioridades
- Verticales
- Cultura, religión, idioma
- Poder adquisitivo
- Regulación
- Etc.

¿Qué adaptar?

- Características (alcance, idioma, presentación, usabilidad, funcionalidad)
- Servicio aumentado (capacitación, soporte, etc.)
- Marca, slogan
- Precio (nivel, moneda, medios de pago)
- Modelo de negocio
- Canales de venta (ej. [plataformas](#))
- Etc.

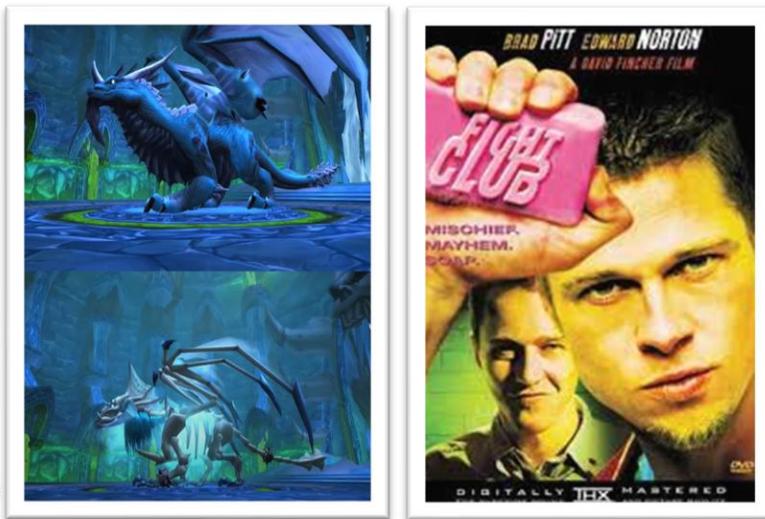


Adaptación

Alianzas estratégicas

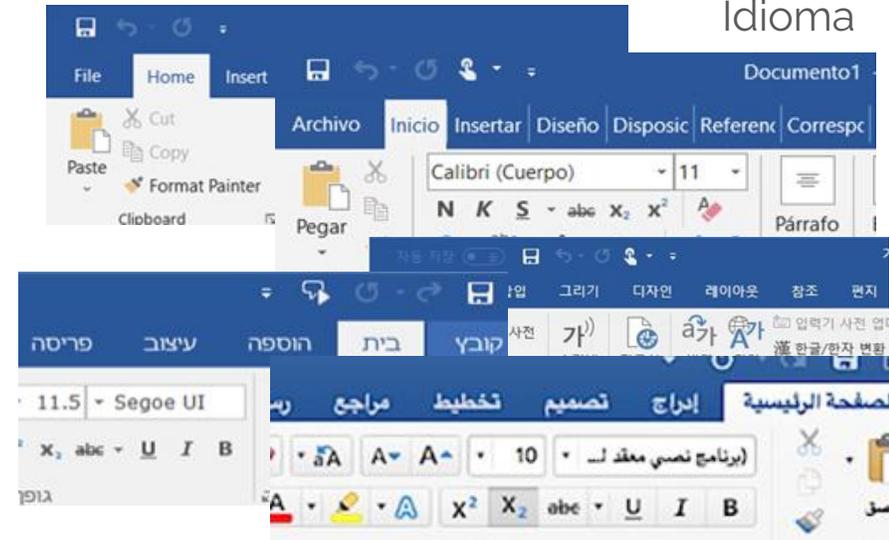


Identificación



Simbología / Regulación

Idioma





Definición del precio

Condiciones destino

- Oferta y demanda (nivel y elasticidad)
- Competencia
- Consumidor
- Canales
- Escala

Estrategia empresa

- Posicionamiento
- Rentabilidad esperada
- Estrategia de marketing
- Estructura de costos

Otros factores

- Términos contractuales
- Impuestos en origen y destino
- Condiciones, medios y moneda de pago
- Certificaciones, garantías



CLAVE

Cada mercado es distinto.

La clave es ajustar la propuesta, el precio y los canales para que el servicio sea relevante y competitivo.



1. Introducción a la exportación de servicios
2. Inteligencia comercial aplicada
3. Obstáculos más frecuentes y tips para superarlos
4. Adaptación al mercado internacional
5. Promoción comercial internacional



ERROR

No promocionar adecuadamente el servicio

- Usar el mismo **material de promoción** para todos los mercados.
- Creer que la **promoción digital** sustituye el **contacto personal**.
- No participar (bien) en **eventos internacionales** “porque es caro”



Promoción internacional de servicios

Marketing para servicios

- Servicios intangibles
- Heterogéneos
- Simultaneidad de prestación y consumo

Necesidad de tangibilizar la experiencia

Marketing internacional

- Distintos entornos
- Diferentes clientes
- Diversos modo de suministro

Estrategia de marketing adaptada a cada mercado y nicho seleccionados



Marketing para tangibilizar la experiencia



Certificaciones / premios



Referencias / recomendaciones



Eventos internacionales



Medios



Contenido valioso



Pruebas gratuitas / modelos *freemium*



Cocreación con cliente



Marketing para tangibilizar la experiencia

Medios



TECNOLOGÍA

Startup chilena pacta alianza sobre ciberseguridad con Amazon Web Services

jueves, 9 de marzo de 2023

Clientes Destacados

Algunos clientes de USA, Latam & Canada que confían en nosotros para desarrollar sus proyectos.



Referencias



Productos Ecosistema Developers Training Pricing Ayuda Log in

Contamos con la confianza de compañías geniales.

Estos son algunos testimonios de las más de 9.000 empresas en 50 países que decidieron transformarse digitalmente y prepararse para el futuro con GeneXus como plataforma Low-Code.



#GeneXusHistorias
Manuel Esquivel
Jefe de Desarrollo de Apps
Mitta Chile

Ver video



#GeneXusHistorias
Raúl G. Hinojosa
CIO Worlds Express Cargo
México

Ver video



#GeneXusHistorias
Julio González
Subgerente de Sistemas
Fondo Esperanza

Ver video



Preguntados

etermax

Contiene anuncios · Compras desde la app

4.6 ★

7 M opiniones



73 MB



Apto para todo públ

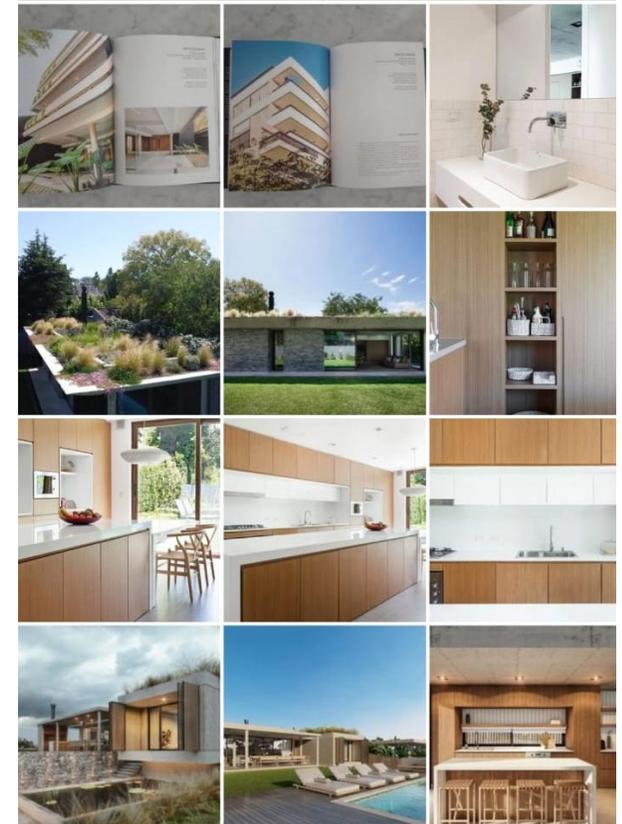
Probar ahora

Instalar

Recomendaciones

Exportar servicios: de lo local a lo global

← ecuatro.arquitectos 🔔 ⋮



Portfolio





Marketing para tangibilizar la experiencia

Ventajas de usar el video marketing

/ Marketing digital / Por Sebastian Cardozo



El video marketing en la actualidad es una de las herramientas más eficientes para integrar en nuestra estrategia de contenidos. Son muchas las marcas o empresas que lo incluyen en su plan de marketing, entendiendo el potencial que tiene y del beneficio de utilizarlas. Los videos en las plataformas como Youtube o Tic-Toc ha incrementado su uso y podemos aprovecharlas para mejorar nuestro engagement. Tal es así que otras redes sociales, como Facebook, incluso LinkedIn no han tardado en integrar el video en sus funcionalidades.

En este breve Blog, te explicamos en qué consiste el video marketing y todo lo que necesitas saber para implementarlo como parte de tu estrategia.



¿Qué es el video marketing?

Podemos definir al video marketing como el uso de videos para promocionar y difundir un producto o servicio. Es una herramienta digital que potencia el engagement del público en los distintos canales digitales que usamos en nuestra estrategia de marketing.

Y como valor agregado, también educa a la audiencia y nos permite llegar a ellos de una forma más directa, lo que además permite la fidelización de nuestros clientes y persuade a otros de serlo.

Contenido valioso



Certificaciones

La firma cuenta desde el año 1999 con la certificación ISO 9001, así como las certificaciones ISO 45001:2018 e ISO 14001.



ISO 45001



ISO 9001



ISO 14001



Política del Sistema Integrado de Gestión.

J&B Solutions Nosotros Contacto



Prueba gratuita





Marketing para tangibilizar la experiencia

URUGUAY
GAME DEVELOPERS
Participating in **GDC 2023**



ILS (Insight Language Solutions)
1,098 followers
3mo • Edited •

✓ Following

We are happy to announce that **ILS (Insight Language Solutions)** will be a part of this year's GALA conference in Dublin! 🌈🇺🇸

Feel free to look for our CEO, **María José Alberto**, who will join this wonderful event once again and will be thrilled to meet you and catch up!

GALA is the perfect place to rethink and reaffirm how we do business, learn from global peers, and reflower in this brave new world of the language industry. 😊

See you there!

#globalizationandlocalizationassociation #translation #GALADublin #GALA2023



Jose Maria Allonca • 1st
Owner at Allonca Abogados Legal and Business Consulting
2w • Edited •

Participamos en San Pablo del evento de nuestro cliente **Becomex** "La colaboración construye un viaje eficiente", el encuentro reunió a importantes profesionales del mercado, representantes de la RFB y figuras influyentes para discutir estrategias fiscales, impuestos y aduanas que mejoran la eficiencia económica de todos los segmentos de la industria brasileña.

"Colaboração constrói uma jornada eficiente", o encontro reuniu importantes profissionais do mercado, representantes da RFB e figuras de influência para discutir sobre estratégias tributárias, fiscais e aduaneiras que melhoram a eficiência econômica de todos os segmentos da indústria brasileira.

#brasil #legal #aduanasycomercioexterior #impuestos #tributação #comercioexterior #business





Marketing digital: Componentes de la estrategia

Planeamiento

- Objetivos clave
- Identidad visual y narrativa adaptadas al cliente objetivo
- Adaptación cultural de mensaje y estilo de comunicación

Contenido

- Inbound marketing, piezas de comunicación, e-mail marketing

Pauta

- RRSS y medios digitales relevantes en cada país
- SEO y SEM con keywords locales
- Influencers / microinfluencers

Mediación

- CM con conocimiento de cultura local
- CX / UX
- CRM

Métrica y análisis

- KPIs definidos desde el inicio
- Herramientas de analítica. Medir ROI para no desperdiciar recursos
- Iteración



Eventos internacionales: Networking presencial

Convergencia de oferta y demanda

- Reuniones B2B
- Foros y conferencias sectoriales
- Rondas de negocios, misiones comerciales en destino e inversas
- Ferias internacionales (B2B, B2C)
- Eventos de landing
- Generales o sectoriales



Tips para eventos internacionales

- **Elegir evento correcto:** Público objetivo, costos vs. beneficios. ¿Apoyo disponible?
- **Definir tipo de participación** según el objetivo
- **Prepararse correctamente:** Eventos no son para principiantes
 - Agenda armada (embajadas, organizadores)
 - Material promocional (traducido, regulación sobre bienes), catálogo con precios
 - Pitch, capacitar a personal de apoyo
 - Examinar ubicación
- **Optimizar participación:** Recorrer, conversar, generar contactos, permitir preguntas.
- **Seguimiento y medición de resultados**



CLAVE

Lo online genera alcance, lo presencial profundiza la confianza

No hay promoción sin presupuesto



¡Muchas gracias!

 rominagaya@gmail.com

 www.rominagaya.com.ar

 Romina Gayá

 @romina_gaya

 @romina_gaya

¡GRACIAS!



www.empretec.org.ar

