

# **Internacionalización de empresas y exportación de servicios**

# **Internacionalización de empresas y exportación de servicios**

## **Introducción:**

EL objetivo del presente es ayudar a los empresarios locales y nacionales a poder llevar su empresa a al siguiente nivel, cada parte escrita desarrolla una serie de pasos prácticos para poder expandir y vender tus servicios en otros mercados, así que prepárate para un viaje de internacionalización de tu negocio de una forma eficaz y fácil de implementar.

## **¿Por qué internacionalizar tu empresa o exportar tus servicios?**

- 1- Puedes obtener mayores utilidades usando a tu favor la paridad cambiaria
- 2- Puedes aumentar el mercado al que llegas
- 3- Puedes buscar inversión en otros mercados
- 4- Puedes lograra mayor impacto

## **¿Cuál es la diferencia entre internacionalizar tu empresa y exportación de tus servicios?**

Una hace referencia a crear una empresa o una oficina de representación en otra nación y la segunda es poder vender tus servicios desde tu localidad sin embargo ¿cuál es mejor? Esto depende de cada empresa y de cada modelo de negocio y tus objetivos estratégicos.

Sin embargo, quiero aclarar que internacionalizar tu empresa no es solo para empresas muy grandes y no es nada complicado sin embargo es importante que consideres que siempre es mejor “estabilizar tu mercado local” y después buscar la expansión.

## **¿Cómo sabrás si estas listo para una expansión internacional?**

“No existe el momento perfecto, pero debes buscar el momento adecuado” siempre buscando que tu expansión tenga más probabilidades de éxito, es por ello que debes de estar seguro de que tu empresa esta lista para el siguiente

nivel, por lo que te recomiendo que te asegures de cumplir con los siguientes puntos antes de expandirte:

1. Tienes perfectamente claro quien es el perfil que te compra tus productos (edad, genero, condición socioeconómica, etc.) es decir ¿tienes perfectamente identificado tu nicho?
2. Debes de tener una fuente de leads validada y frecuente .es decir por que canal me llegan mis clientes tipo Facebook, LinkedIn etc, ya que si tus vetas dependen de la recomendación de boca en boca eso hace tu negocio inestable ya que no puedes determinar tus leads y por ende un presupuesto de ingresos confiable.
3. ROI positivo en tu mercado actual ...debes asegurarte de que tu negocio local ya te genera utilidades e ingresos sostenidos ya que la expansión traerá gastos e un mercado que no conoces antes de partir debes de estar seguro que tienes un cuartel que te respalda financieramente.

### **¿Qué es lo mas importante para exportar un servicio?**

Debemos ubicar muy bien que es un Servicio....

Servicio= Intangible (no se puede tocar ni ver)

Por ejemplo: Consultoria, asesoría, marketing digital, Software etc

Ya que un servicio no es tangible no se tiene que empacar, ni requiere logística de exportación (no hay aduana, contenedores etc) ...se pueden escalar rápidamente y a un costo muy bajo y apalancándonos del crecimiento de internet y tecnología.

Sin embargo, lo que es mas importante al vender un servicio es la "reputación= recomendación positiva del mercado" por eso es mas difícil entrar a un mercado desconocido en donde no tienes quien te recomiende o de referencias de ti...

### ¿Pero cómo podemos saltar estas barreras?

1-Posicionate en el ecosistema en el que quieras entrar mediante las siguientes estrategias

- Regalar los servicios a cambio de referidos y una carta de recomendación
- Tratar de llegar al actor importante del ecosistema (un ejemplo llego con coca cola y eso ya me posiciona en el mercado)

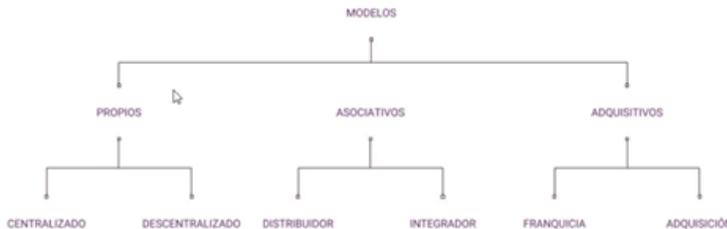
- Regalar talleres gratis para posicionarte como experto.

### ¿Cuáles son las 5 bases para tu expansión?

1. Objetivos: Es importante tener claro tus objetivos en la internacionalización ¿por qué quiero internacionalizar tu empresa?
2. Modelo de internacionalización
3. Adaptaciones (clientes, equipo, finanzas y legalidad, partners)
4. Recursos: Financieros, Humanos y Tiempo
5. Escenarios: Neutral, Positivo y Negativo

### ¿Cuál es el modelo adecuado de internacionalización?

En total son 6 que se describirán a continuación:



### Modelos Propios:

- Centralizado: 80% de operaciones pasan en el país local y 20% de operaciones pasan en el país de la expansión. Ejemplo puedo tener un SAS (Software as a Service) y solo tienes puntos de venta en el país de expansión, pero toda la tecnología, administración lo tienes en el país local.

Ventajas: Tienes mas control, menos curva de aprendizaje, pagas en tu moneda local y eso se puede traducir en mano de obra más barata dependiendo el tipo de cambio, menor inversión.

Desventajas: Se puede descuidar las ventas y operación local.

- Descentralizado: 20% de operaciones pasan en el país local y 80% de operaciones pasan en el país de la expansión. Ejemplo puede ser un ecomerce que tienes vendedores, equipos en el otro país y solo se administra desde el país local.

Ventajas: No afecta tu equipo central, no afectas ventas y operación local, tiene mayor autonomía y crecimiento al largo plazo, mayor rapidez en soluciones.

Desventajas: Requiere mayor inversión, tomas más tiempo en implementarse, una curva de aprendizaje mayor,

### **Modelos Asociativos:**

- Distribuidores: Personas venden por ti, se usa mucho para servicios y productos.

Ventajas: Requiere menos inversión ya que solo le pagas por comisión, puedes tener muchos distribuidores, generalmente ya tienen una cartera de clientes potenciales, el distribuidor efectúa la venta.

Desventajas: Quien maneja la relación fue el distribuidor y no queda en el know how en la empresa, comisiones altas, las ventas no dependen de ti

- Integradores: Se integran a tu proceso, pero no venden por ti, solo los integras como proveedores (como partners) que te complementan.

Ventajas: Mayor control de operaciones y ventas por que las haces tu y solo lo integras en una parte del track, Delegas procesos que no puedes hacer o te sale muy costoso,

Desventajas: Es un operario y no es equipo comercial y no va a vender más.

### **Modelos Adquisitivos:**

- Franquicia: Tu vendes tu know how y productos en un solo paquete, ya tienes estandarizado como funciona tu servicio o producto ejemplo: para vender market place, e commerce, productos, servicios.

Ventajas: Velocidad de ingresos, ya estandarizado.

Desventajas: Si no lo has hecho en tu mercado local no se podrá hacer en el mercado internacional, es mas lento el vender franquicia que productos.

- Adquisición: Compras la empresa totalmente, o el equipo o la cartera de clientes y pones tu marca sobre esa empresa,

Ventajas: Crecimiento acelerado

Desventajas: Mucha inversión por la valorización que tienen, mantener el equipo.

### ¿Cómo saber cuál es el mejor País para expandirme?

5- Máximo 1-minimo

	USA	COLOMBIA	BOLIVIA
1. Momentum ¿hay una tendencia que esta creciendo en ese país para el servicio que ofrezco?	5	4	2
2. Necesidad ¿Existe demanda insatisfecha para el servicio que ofrezco?	3	4	2
3. Facilidad de ingresar ¿Cuántas barreras se tienen para ingresar al mercado idioma, relaciones, documentos?	5	4	3
	13	12	7

La suma mayor es donde conviene expandirte, este ejercicio es personal en nuestro caso ya contamos con VISA de Negocios y una LLC constituida en Estados Unidos.

### Planeando la Expansión a USA desde mi empresa de tecnología en Mexico

Objetivo: Incrementar ventas e ingresos y posicionamiento internacional

Modelo: Propio- Centralizado

País: Estados Unidos

## Elementos para planear la expansión:

### Objetivos a lograr:

El objetivo debe ser Específico, Medible, Alcanzable, Realista y Tiempo definido}

### Ejemplo:

Quiero vender productos y servicios digitales por \$50,000 USD en Estados Unidos para diciembre de 2022

### Hitos Importantes:

Son los puntos importante para el avance del proyecto

### Ejemplo:



### Ejemplo personal:

- Vender una solución mas a cliente en USA que ya tenemos
- Conseguir un segundo cliente recurrente en USA
- Conseguir 10 clientes en USA
- Facturar \$25,000 al semestre
- Facturar \$50,00 USD anual

#### 4. Road Map



**¿Cómo adaptar tu valor a un mercado**

**propuesta de internacional?**

No todos los mercados son iguales por eso es importante estudiar el mercado y adoptar tu propuesta al nuevo mercado.

- Audiencias potenciales

Todas las posibles audiencias que pueden comprar tu producto, por lo que debes olvidarte de quien es tu comprador en el mercado local quitando los prejuicios ya concebidos y has un listado al menos de 5 audiencias, habla con ellos no les vendas solo conócelos.

- Puntos neurálgicos de dolor

Ubica el punto que esta molestando al cliente y que necesita cambiar, ubica tendencia.

- Soluciones crujientes

En base a esos puntos neurálgicos ofreces tu oferta de valor.

Debes buscar que tu solución siempre los lleve a aumentar ganancias o reducir costos ( aspirina no vitamina)

- Puntos de pesca

Como ya ubicaste tu audiencia, debes de poner puntos de venta en donde puedes encontrar muchas personas de tu audiencia.

#### **¿Cómo lograra las ventas en el otro mercado?**

Que tienes que pasar en una reunión de venta para que no te diferencien con el precio

1-Identificar el disparador ¿Por qué me esta buscando?

2-Resaltar esa necesidad

3-Cuantificar el servicio ejemplo ¿Cuánto leads quieres por Facebook?

4-Que pasa si esto no se genera?

5-Agregar mas valor