

Programa “PREPARÁNDONOS PARA LA EXPORTACIÓN”

Desarrollado por las Cámaras de Comercio de Castilla La Mancha, con el apoyo del IPEX, y la colaboración de la Cámara de Comercio de España.

El objetivo del Programa es ayudar a que la empresa reflexione sobre los aspectos claves a la hora de plantearse iniciar su proceso de internacionalización. El Programa ayuda a la empresa a crear una base sólida sobre la que empezar a construir su plan de exportación.

Es un **programa de asesoramiento personalizado de 35 horas** que consta de tres partes:

1. Diagnóstico del potencial de internacionalización y detección de necesidades.
2. Unidades de negocio de la empresa y selección de la unidad de negocio a internacionalizar.
3. Modelo de negocio de la unidad de negocio a internacionalizar (metodología Canvas).

1. Diagnóstico del potencial de internacionalización y detección de necesidades:

En esta parte del Programa se analiza la situación de la empresa y su potencial para abordar un proceso de internacionalización.

El análisis incluye:

- Definición de la situación actual de la empresa en términos de capacidad para abordar el proceso de internacionalización
- Análisis de la disponibilidad de producto / servicio para internacionalizar
- Identificación de las necesidades prioritarias de la empresa para situarse en una mejor posición de cara a su internacionalización

El diagnóstico aborda todas estas cuestiones y permite finalizar el trabajo con unas conclusiones claras al respecto.

Al final del diagnóstico la empresa dispondrá de un **informe** que recogerá:

- Situación inicial de la empresa ante el proceso de exportación
- Análisis del producto o servicio
- Potencial de la empresa
- Necesidades de la empresa

2. Selección unidad de negocio a internacionalizar

En esta parte del Programa se identifican las diversas actividades que desarrolla la empresa, se agrupan en unidades de negocio independientes, se realiza un análisis comparativo de las mismas en términos de determinados factores y se determina cuál debe ser la unidad de negocio sobre la que se debe centrar el proceso de internacionalización.

Al final de esta parte la empresa habrá reflexionado sobre su cartera de productos y distintas unidades de negocio y habrá seleccionado de una manera reflexiva la que le ofrece mayor potencial internacional.

La empresa recibirá un **informe** con este análisis y selección de unidad de negocio a internacionalizar.

3. Modelo de negocio de la empresa para la unidad de negocio a internacionalizar

En esta tercera parte del Programa se reflexiona sobre el modelo de negocio de la empresa para la unidad de negocio a internacionalizar, siguiendo la metodología del Modelo Canvas.

Este análisis del modelo de negocio de la empresa permite hacer explícitas sus capacidades y limitaciones, valorar la situación de la empresa en cada una de las áreas que son determinantes para ganar dinero generando valor para sus clientes, así como detectar limitaciones y factores de riesgo.

El resultado de este análisis dará a la empresa un mapa objetivo y riguroso sobre su situación, lo cual es de enorme utilidad para mejorar la gestión y abordar un plan de internacionalización.

El análisis del modelo de negocio ayudará a la empresa a reflexionar sobre la manera de abordar la apertura de nuevos mercados y plantearse inicialmente su Plan de Internacionalización.

El análisis del Modelo de Negocio implica replantear aspectos tales como:

- a. **Relación con los clientes:** ¿qué beneficios se les ofrece? ¿Cómo nos relacionamos con ellos? ¿Cuál es la dinámica de la relación?
- b. **Claves de la estrategia:** ¿cuál es el ámbito de productos y mercados? ¿En qué se es diferente de la competencia?
- c. **Actividades decisivas para alcanzar los objetivos:** ¿cómo se relacionan conocimientos, activos y procesos? ¿Hay formas diferentes de hacerlo?
- d. **Recursos clave:** competencias, procesos, activos, proveedores, asociados, alianzas...
- e. **Posición ante clientes y competidores:** ¿cómo es percibida la empresa por unos y por otros? ¿Se tienen ventajas competitivas? ¿Son percibidas en el mercado?

Como conclusión de esta parte, la empresa recibe un informe con el análisis del modelo de negocio realizado. De este modo, se le facilita una herramienta estratégica que puede ir modificando en el tiempo, en base a sus necesidades, pudiéndose convertir en una importante herramienta para la dirección y gestión de la empresa.