



CLAVES PARA SALIR AL EXTERIOR: CASO DE ÉXITO

Dessata



¿Por qué internacionalizarse?



Antes :

- ▣ para elevar la competitividad
- ▣ para disminuir el riesgo de estar en un solo mercado
- ▣ tengo un producto competitivo
- ▣ para aprovechar la economía de escala
- ▣ porque la competencia lo hace, yo también quiero exportar

Ahora existe cierta intranquilidad y nerviosismo:

- ▣ exporto o desaparezco

La decisión debe tomarse teniendo en cuenta los recursos y capacidades de la empresa

DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA



¿ Estamos preparados?



- ▣ Plan de exportación o de marketing donde respondamos a preguntas como:
 - ✓ ¿Dónde estamos?
 - ✓ ¿Qué tenemos?
 - ✓ ¿Qué queremos conseguir?
 - ✓ ¿Cómo lo conseguiremos?

Necesitamos tener un plan, una estrategia

- ▣ Actividad estratégica de la empresa: Internacionalizarse exige una visión a medio plazo y una planificación de los recursos.

Que no sean solo exportaciones puntuales, ya que vamos, que sea para quedarnos



Ventajas de salir al exterior



- ❑ Generar una fuente adicional de ingresos
- ❑ Diversificar el riesgo de operar en un solo mercado
- ❑ Incrementar el volumen de producción
- ❑ Incrementar la calidad y competitividad de los productos en un entorno global
- ❑ Mejorar la imagen corporativa ante clientes y proveedores



Riesgos de salir al exterior



- ❑ Desconocimiento de los canales de distribución adecuados y de los competidores
- ❑ Falta de recursos y desconocimiento de los mecanismos de promoción utilizados en el mercado objetivo
- ❑ Un obstáculo muy importante puede ser no contar con el producto adecuado, o no poder adaptarlo a los requerimientos del mercado objetivo
- ❑ Riesgo país, riesgos financieros, legales, políticos, etc.
- ❑ **No** hay que **lanzarse a ciegas: Internacionalizarse bien informado y con la mayor seguridad posible.**



Internacionalización de mi negocio

❑ 1-¿Por dónde empiezo?

✓ ¿qué?, ¿a quién?, ¿dónde?

❑ 2-¿Qué necesito saber?

✓ clientes, canal de distribución, competidores

❑ 3-¿Cuánto me va a costar?

✓ plan Económico-financiero y plan de Actuaciones



Estrategia competitiva de mercado



Estrategia competitiva de mercado



□ Propuesta única de valor

- ✓ Competencia estratégica
- ✓ Diferenciación / especialización por cliente
- ✓ Mensaje único y contundente
- ✓ Modelo de negocio adaptado





CLAVES PARA SALIR AL EXTERIOR: CASO DE ÉXITO

Dessata

Muchas gracias por su atención



Internacionalización de mi negocio

1-¿Por dónde empiezo?

Dezzata



✓ 1.1-¿Tengo un producto/servicio para exportar? ¿Aporto algo diferente al mercado?

✗ Unidades de negocio: una única unidad – cepillo ergonómico

✗ Cartera de productos: dos gamas diferenciadas

▪ Cepillo básico normal y mini (dirigido al público infantil)

▪ Cepillo PRO normal y mini (dirigido al público adulto con colores y diseños adaptados)

➤ **DECISIÓN:** Cepillo PRO

➤ **¿POR QUÉ?:**

- ☑ Mayor valor añadido
- ☑ Más posibilidades de desarrollo de gama
- ☑ Mayor contribución al margen



Internacionalización de mi negocio

1-¿Por dónde empiezo?

Dessata



✓ 1.2-¿A quién va destinado mi producto?

✗ Clientes a los que se dirige:

- Importador
- Distribuidor especializado
- Mayorista

➤ DECISIÓN: Importador

➤ ¿POR QUÉ?:

- ☑ Demanda producto innovador
- ☑ Precio ajustado
- ☑ Diferenciación a través de marca, imagen y diseño
- ☑ Capacidad de ampliar gama



Internacionalización de mi negocio

1-¿Por dónde empiezo?

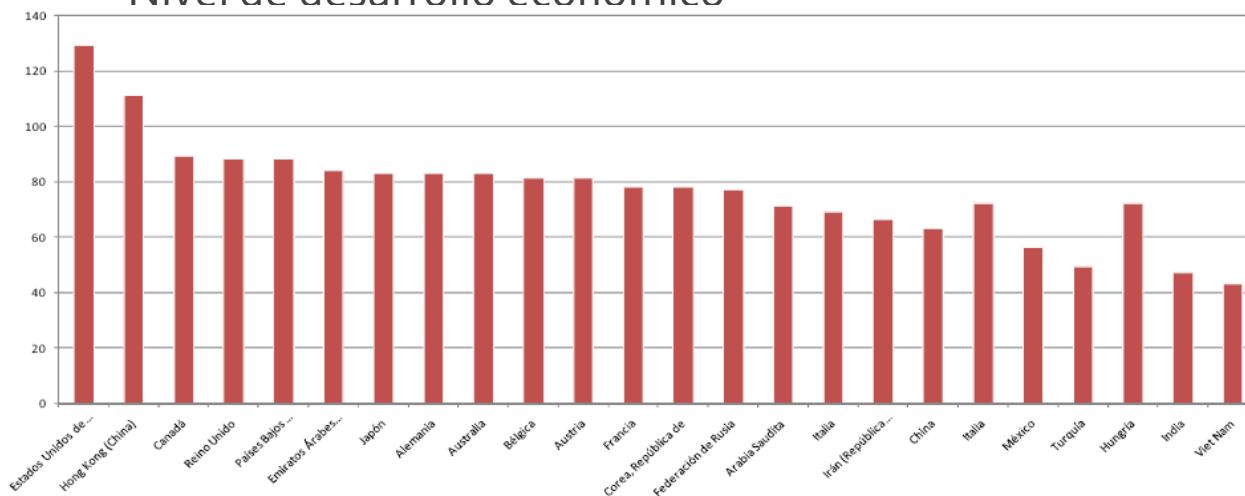
Dezzata



✓ 1.3-¿Por qué país empiezo? ¿Cómo lo selecciono?

✗ Variables preselección de mercados – FILTRO 1:

- Tamaño del mercado (importaciones según partida arancelaria 9615-peines, peinetas,...)
- Tasa de crecimiento de las importaciones en los últimos 5 años
- Tasa de crecimiento de las importaciones en el último año
- PIB per cápita
- Nivel de desarrollo económico



Internacionalización de mi negocio

1-¿Por dónde empiezo?

Dessata

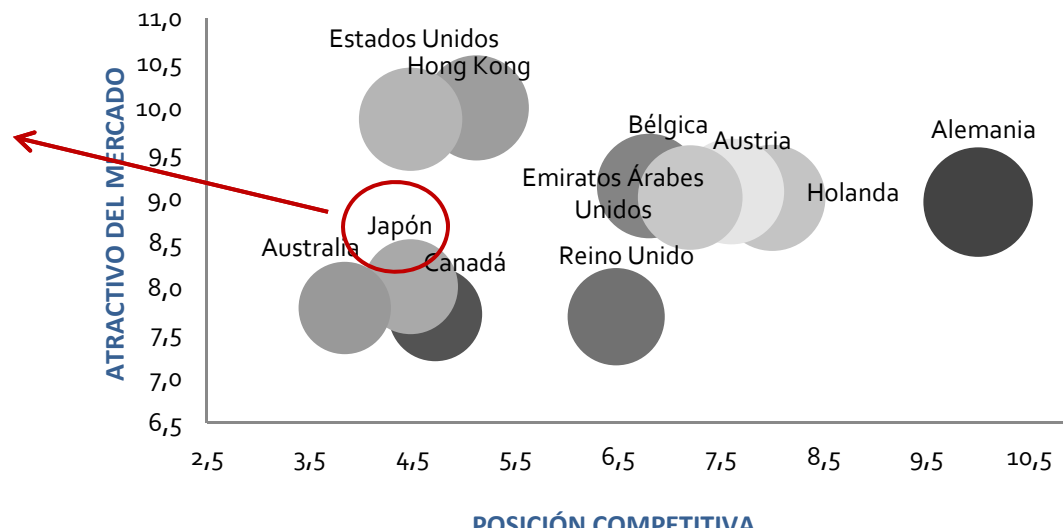


✓ 1.3-¿Por qué país empiezo? ¿Cómo lo selecciono?

✗ Análisis cualitativo 10 primeros mercados preseleccionados – FILTRO 2:

- **Atractivo del mercado (70%):** tamaño del mercado, tasa de crecimiento de las importaciones, nivel de desarrollo económico, barreras de entrada, riesgo país/comercial, PIB per cápita, presión competitiva en el mercado, nivel de desarrollo de los canales de distribución y presencia de competidores (Tangle Teezer).
- **Posición competitiva (30%):** cuota de mercado de las empresas españolas en el país, imagen país y cercanía comercial a España.

- ☑ Alto poder adquisitivo
- ☑ Gasto importante en productos de belleza
- ☑ Tipo de cabello de la población



Internacionalización de mi negocio

2-¿Qué necesito saber?

Dezzata



- ✓ 2.1-¿Quiénes son mis clientes internacionales?, ¿Está preparado mi producto para el mercado?
 - ✗ Análisis del mercado japonés: amenazas y oportunidades
 - Oportunidades - Mercado creciente y maduro, pero de gran notoriedad / 2º mercado de consumo más grande del mundo
 - Amenazas – Diferencia cultural y distancia geográfica / alta presión competitiva / arancel alto (6,60% FOB)
 - ✗ Análisis del producto: adaptación de colores y de gama, registro de la marca, traducción del embalaje
 - ✗ Segmentación de clientes finales en el mercado
 - **DECISIÓN**: **Mujeres** con poder adquisitivo entre 25-55 años
 - **¿POR QUÉ?**:
 - ☑ Adquieren productos profesionales en la peluquería
 - ☑ Consumidoras de novedades
 - ☑ Mayores posibilidades de compra para uso propio o como regalo



Internacionalización de mi negocio

2-¿Qué necesito saber?

Dezzata



✓ 2.2-Análisis de los canales de distribución

✗ Figuras clave:

- Importador/distribuidor: generalista, especializado o trading company (sogoshosha)
- Mayorista (primer o segundo nivel)

✗ Canales:

- Peluquería/salones de belleza
- Centros comerciales/supermercados
- Tiendas especializadas de cosmética
- Venta directa online



➤ **DECISIÓN:** Importador especializado en productos de peluquería, dirigido al canal profesional

➤ **¿POR QUÉ?:**

- ☑ Apoyo para mejor conocimiento del mercado
- ☑ Diferenciación respecto a su principal competidor Tangle Teezer



Internacionalización de mi negocio

2-¿Qué necesito saber?

Dezzata



✓ 2.3-Análisis de los competidores, precios y tendencias del mercado

- ✗ Precios: cálculo del precio de exportación (en base a costes, márgenes, incoterms, comisiones,...). Fijación del PVP en mercado destino
- ✗ Competidores: Tangle Teezer y Marks&Web - qué venden, cómo comunican, dónde distribuyen, comunicación online,...
- ✗ Tendencias del mercado

➤ **DECISIÓN:** Estrategia de **comunicación online** y **comunicación y promoción por segmento**

➤ **¿POR QUÉ?:**

- ☑ Esencial en el mercado japonés
- ☑ Objetivo: atraer al cliente final y reforzar el canal de distribución
- ☑ Posicionamiento en redes sociales: marca



Internacionalización de mi negocio

3-¿Cuánto me va a costar?

Dejjata



✓ Plan Económico-financiero y plan de Actuaciones

- ✗ 3.1-Plan Económico-financiero: permite adoptar decisiones económicas valorando su impacto, con evolución de la tesorería en el desarrollo de las actuaciones
- ✗ 3.2-Plan de actuaciones a tres años:
 - Personal: nuevo personal de exportación
 - Viajes: viaje de prospección al mercado, participación en ferias sectoriales
 - Información y asesoramiento: Compra de bases de datos de posibles clientes y cualificación
 - Promoción, marketing y comunicación:
 - Adecuar web (traducción y dominio jp), posicionamiento en buscadores locales
 - Activar redes sociales en el país
 - Publicidad en revistas para ampliar cartera de clientes
 - Adecuación del producto y envío de muestras comerciales

