

## ANEXO 7. EXPORT CHECK UP

### METODOLOGÍA COMPLETA DEL EXPORT CHECK UP

---

#### PROGRAMA NACIONAL DE CREACIÓN Y FORTALECIMIENTO DE REDES DE EXPORTACIÓN “REDEXEXPORTA”

Evaluación de la competitividad: Una herramienta para medir el nivel de internacionalización.

Por Nicola Minervini

Un chequeo de pasos para hacer, para quien ingresa a la gestión de la internacionalización y una auto-evaluación para quien ya tiene experiencia con el mercado internacional.

Nombre de la empresa \_\_\_\_\_

Producto \_\_\_\_\_

### Secciones de la evaluación

- **Primera sección:** Calidad de la gestión industrial y nivel de desarrollo tecnológico
- **Segunda sección:** Calidad de la información
- **Tercera sección:** Calidad de la promoción
- **Cuarta sección:** La gestión del mercado
- **Quinta sección:** Administración del comercio exterior
- **Sexta sección:** Ingeniería comercial y financiera

### ***Criterios de puntuación***

Asigne un punto a cada pregunta.

0	Si no realiza alguna actividad referente a la pregunta
1	Si no realiza en parte alguna actividad referente a la pregunta
2	Si realiza por completo la actividad referente a la pregunta
NA	No aplica en el caso de su empresa

Para la determinación del “punto final” para cada sección, adoptaremos el siguiente criterio

**Valor 1:** se ha totalizado hasta 6 puntos

**Valor 2:** se ha totalizado un valor entre 7 y 14 puntos

**Valor 3:** se ha totalizado un valor superior a 15 puntos

**Primera sección: Calidad de la gestión industrial y de desarrollo tecnológico.**

1) ¿Tiene claras las razones por las que desea exportar?

0	1	2
---	---	---

2) ¿Conoce los largos tiempos de respuesta del mercado externo?

0	1	2
---	---	---

3) ¿Cuenta con recursos financieros y humanos para la gestión de la exportación?

0	1	2
---	---	---

4) ¿Realizó inversiones en capacitación técnica y de producción en los últimos dos años?

0	1	2
---	---	---

5) ¿Es su capacidad de producción suficientemente flexible para cubrir tanto el mercado interno como el externo?

0	1	2
---	---	---

6) ¿Hace más de tres años que no invierte en máquinas y equipos de producción?

0	1	2
---	---	---

7) ¿Visita cada año la principal feria internacional de tu sector?

0	1	2
---	---	---

8) Para su producción, ¿sigue normas técnicas aprobadas en el mercado internacional?

0	1	2
---	---	---

9) ¿Sus proveedores están calificados para suministrar componentes de acuerdo a normas internacionales?

0	1	2
---	---	---

10) ¿Hay en su empresa un manual de control de garantía de calidad?

0	1	2
---	---	---

11) ¿Tiene un área que se dedique exclusivamente a la planeación de producción?

0	1	2
---	---	---

12) ¿Su inversión en investigación y desarrollo sigue el promedio del sector?

0	1	2
---	---	---

13) ¿Hay sistemas de chequeo para la confiabilidad de las instalaciones y costos de mantenimiento?

0	1	2
---	---	---

14) ¿Su capacidad de producción está dimensionada para fabricar productos adaptados al mercado externo (en cantidad y calidad)?

0	1	2
---	---	---

Total de puntos realizados

Puntos realizados / valor final	

**Segunda sección: Calidad de la información que utiliza.**

La información hoy en día es una de las más preciosas “materias primas” para tener éxito en cualquier actividad y en particular en el comercio internacional, donde hay una grande amplitud de variables incontrolables.

1) ¿Conoce las fuentes de información para saber si hay demanda de su producto en el exterior?

0	1	2
---	---	---

2) Antes de pensar en exportar, ¿ha realizado investigaciones en el mercado interno para evaluar si es posible incrementar su participación a nivel local, como gama de productos, distintos segmentos de consumidores y diferente cobertura geográfica?

0	1	2
---	---	---

3) ¿Sabe en qué mercados será más competitivo?

0	1	2
---	---	---

4) ¿Conoce la competencia internacional que enfrentará?

0	1	2
---	---	---

5) ¿Conoce los servicios de apoyo que las instituciones de promoción de exportaciones brindan al exportador?

0	1	2
---	---	---

6) ¿Sabe cómo aprovechar los acuerdos multilaterales que su país tiene con varias regiones del mundo?

0	1	2
---	---	---

7) ¿Conoce la programación de actividades promocionales para el exterior de cámaras sectoriales, cámaras bilaterales, empresas especializadas, entidades gubernamentales?

0	1	2
---	---	---

8) ¿Sabe por lo menos diez formas distintas de identificar un importador para su producto?

0	1	2
---	---	---

9) ¿Conoce cómo conseguir el nivel de tarifa arancelaria que se aplicará sobre el precio de su producto en el país importador?

0	1	2
---	---	---

10) ¿Conoce los criterios de formación de precios para la exportación?

0	1	2
---	---	---

11) ¿Conoce cuáles son las fuentes de financiación a las actividades de exportación?

0	1	2
---	---	---

12) ¿Tiene información sobre la competencia en cuanto a los mercados en los que está actuando?

0	1	2
---	---	---

1) ¿Conoce la legislación del consumidor en el país donde exporta o donde quiere exportar?

0	1	2
---	---	---

2) ¿Sabe cómo reducir los costos de importación para su importador?

0	1	2
---	---	---

3) ¿Dentro de la gama de productos que fabrica, ha identificado el menos vulnerable a la competencia internacional?

0	1	2
---	---	---

4) ¿Tiene su empresa factores evidentes de competitividad (diseño, tecnología, marca, etcétera.)?

0	1	2
---	---	---

Total de puntos realizados

Puntos realizados /valor final	

Tercera sección: calidad de la promoción utilizada.

La promoción es el vehículo a través del cual el público, los consumidores, conocen a nuestra empresa. En un mercado tan competitivo, es indispensable ser agresivo y darnos a conocer. Siendo la promoción nuestro primer vendedor, debemos tener cuidado sobre el tipo de impacto que creamos.

1) Tiene un catálogo o una página web que conteste a las siguientes preguntas de un comprador: ¿quién es usted? ¿Qué hace? ¿Cómo lo hace? ¿Qué tipo de aplicaciones tiene su producto? ¿Qué beneficios le está ofreciendo? ¿A quién le ha ya vendido?

0	1	2
---	---	---

2) ¿Ha participado en la principal feria internacional de su sector como expositor?

0	1	2
---	---	---

3) Cuando viaja, ¿se informa sobre los aspectos culturales del país con relación a la forma de negociar, conceptos de tiempo, tabús a respetar, argumentos importantes de venta?

0	1	2
---	---	---

4) Antes de viajar o participar en una feria, ¿averigua si su marca puede ser utilizada en el país de tu interés?

0	1	2
---	---	---

5) Antes de participar como expositor en una feria, ¿trata de conocerla como visitante?

0	1	2
---	---	---

6) El listado de precios que lleva al exterior, ¿considera los incoterms (términos del comercio internacional) utilizados con más frecuencia por los importadores?

0	1	2
---	---	---

7) ¿Sus cartas o mensajes al exterior presentan un estilo claro, objetivo, directo, concreto (decimos lo que somos, lo que queremos, los pasos a hacer)?

0	1	2
---	---	---

8) ¿Averigua si no hay que cambiar la etiqueta de su producto, por el color, tipo de informaciones contenidas, dimensiones, mensaje publicitario en los distintos países?

0	1	2
---	---	---

9) A través de su comunicación ¿consigue transmitir sus factores de competitividad al mercado comprador?

0	1	2
---	---	---



10) ¿Su inversión en promoción es definida en función a una investigación de mercado?

0	1	2
---	---	---

11) ¿Los instrumentos de promoción que utiliza en su mercado interior son idóneos para emplearlos en el mercado extranjero?

---

0	1	2
---	---	---

Total de puntos realizados

---

Puntos realizados /punto final	

Cuarta sección: gestión del mercado.

Nuestra presencia en el mercado es determinada por la agresividad de nuestra promoción, por el tipo de contraparte elegida, por los clientes a quienes les vendemos, por el conocimiento de la “reglas del juego”.

1) ¿Los mercados a quien le exporta fueron seleccionados en base a una investigación? ¿o en base a una solicitud de comprador?

0	1	2
---	---	---

2) ¿Está seguro que sus mercados actuales de exportación son los más rentables para su empresa?

0	1	2
---	---	---

3) ¿Está seguro que la forma con que está vendiendo (por ejemplo, si es a través de un agente o un distribuidor) es la más rentable para su empresa?

0	1	2
---	---	---

4) ¿Está seguro que su contraparte en el mercado es la mejor opción, para vender su producto, defender su imagen, cubrir al máximo el mercado?

0	1	2
---	---	---

5) ¿Utiliza contratos de ventas o de representación o finalmente condiciones de suministro, de acuerdo con sus intereses y con la norma y legislación del país donde exporta?

0	1	2
---	---	---

6) ¿Hay mercados donde tenga una programación de actividades elaboradas junto con su contraparte? (o espera solicitud de cotizaciones, o mejor directamente los pedidos?)

0	1	2
---	---	---

7) ¿Trabaja con un presupuesto anual, revisado trimestralmente sobre los objetivos de ventas en valor, piezas, mercado, cliente?

0	1	2
---	---	---

8) ¿Visita periódicamente sus principales clientes, asegurándose del servicio que le brinda su contraparte?

0	1	2
---	---	---

9) ¿Tiene un plan de apoyo promocional para sus principales clientes (ferias en conjunto, muestras, folletos, etc.)?

0	1	2
---	---	---

10) ¿Los precios que practica son sobre una base de informaciones de mercado y diferenciados mercado por mercado?

0	1	2
---	---	---

---

Total de puntos realizados

Puntos realizados /punto final	

Quinta sección: Administración interna del comercio internacional.

La base efectiva del éxito en el desarrollo internacional de una empresa está en la calidad de sus ejecutivos, en la experiencia en sus funciones, en la integración a nivel de todos los sectores de la misma empresa, en la capacidad organizativa y finalmente en uso de adecuadas herramientas de administración de exportación.

1) ¿Hay en su empresa un ejecutivo que se dedique 100% al comercio internacional?

0	1	2
---	---	---

2) ¿Hay en su empresa un departamento de “administración de la exportación” con responsables comerciales y administrativos?

0	1	2
---	---	---

2) ¿Cuenta con un manual interno de procedimientos para la exportación (tareas a ser realizadas para la gestión de la exportación)?

0	1	2
---	---	---

4) ¿Las operaciones de administración están actualizadas a nivel de informática (cotizaciones, gerencia de pedidos, facturas, control de pago, estadísticas, monitoreo de mercado y clientes, etc.)?

0	1	2
---	---	---

5) ¿Cuenta con un control de los costos para producir una determinada exportación?

0	1	2
---	---	---

6) ¿Averiguó la factibilidad de reducir sus costos de gerencia de exportación a través de la utilización de empresas comercializadoras o de consorcios de exportación?

0	1	2
---	---	---

7) ¿Hay un control de resultados de cotizaciones cuando estas no se concretizan en pedidos? (¿Por qué perdemos pedidos?)

0	1	2
---	---	---

8) ¿Se actualizan periódicamente informaciones sobre la infraestructura de exportación? (Transportistas, bancos, consejerías, financiaciones, perfiles de mercado, etc.)

0	1	2
---	---	---

9) ¿Se realiza por lo menos cada semestre, un análisis sobre presupuestos y resultados obtenidos, por mercado, cliente y producto?

0	1	2
---	---	---

10) ¿La organización interna permite reducir al mínimo variaciones de plazos de entrega, reclamaciones de clientes, dudas técnicas sobre la interpretación de pedidos?

0	1	2
---	---	---

Total de puntos realizados

Puntos realizados /punto final	

Sexta sección: ingeniería comercial y financiera.

Para mejorar nuestra competitividad en el mercado externo, necesariamente debemos utilizar herramientas que nos permitan reducir costos, ser más eficientes, conocer antes que otros la información, tener una presencia efectiva en el mercado y no depender solamente de nuestro socio.

1) ¿Evalúa, antes de cotizar, cuál es la estructura de costos de importación en el país de su interés?

0	1	2
---	---	---

2) ¿Averigua si su importador conoce muy bien los trámites de importación?  
(además de averiguar si conoce como vender su producto)

0	1	2
---	---	---

2) ¿Analiza junto con su importador cuál es la mejor forma de enviar su producto para reducir impuesto de importación?

0	1	2
---	---	---

4) ¿Analiza si cambiando la materia prima, componentes, envase, logra reducir costos de transporte?

0	1	2
---	---	---

5) ¿Sabe lo qué y cómo puede obtener de organismos de apoyo a la exportación, nacionales y extranjeros, financiación a innovación tecnológica, promoción, producción, financiación al importador?

0	1	2
---	---	---

6) ¿Averiguó si agregando más valor al producto o servicio, tal vez puede encuadrarte en un renglón distinto y más rentable del mercado?

0	1	2
---	---	---

7) ¿Especifica siempre en detalle los términos de comercio Internacional que utiliza (incoterms)?

0	1	2
---	---	---

8) ¿Antes de definir la forma de pago en sus cotizaciones, averiguó la capacidad de pago del país y del importador?

0	1	2
---	---	---

9) ¿Especifica a detalle cuáles son los embalajes previstos en el precio?

0	1	2
---	---	---

10) ¿Sabe si cambiando la forma de ingreso al mercado (por ejemplo en lugar del distribuidor, un agente), puede lograr mejor rentabilidad?

0	1	2
---	---	---

Total de puntos realizados

---

Puntos realizados /punto final	

---