



Xpande

Plan de Expansión Internacional
para Pymes



UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo
de Desarrollo Regional
Una manera de hacer Europa

©ámaras



XPANDE - PROGRAMA DE APOYO A LA EXPANSIÓN INTERNACIONAL DE PYMES

Xpande es un nuevo producto de las Cámaras de Comercio para asesorar y acompañar a las empresas que se **inician en la internacionalización** con el objetivo no sólo de comenzar un proceso de internacionalización, sino también de alcanzar una **posición competitiva sostenible** a medio plazo en los mercados seleccionados.

Un servicio de asesoramiento que tiene en cuenta la realidad de los mercados y de las Pymes, que deben competir en un mundo globalizado donde existe competencia a todos los niveles, utilizando para ello **técnicas de inteligencia competitiva**.

Un programa de consultoría de procesos, con **metodología propia, desarrollado por los técnicos de las Cámaras** de Comercio como asesores cualificados para el apoyo integral de las pymes en sus procesos de internacionalización.

Cuenta con el apoyo de los Fondos Europeos de Desarrollo Regional (**FEDER**) y la cofinanciación de las **Cámaras de Comercio**.



¿Cómo se inicia el programa?

Fase PREVIA

DIAGNÓSTICO POTENCIAL DE INTERNACIONALIZACIÓN

- ✓ Requisito previo para poder acceder al programa
- ✓ Análisis del potencial de internacionalización de la empresa
- ✓ Cuestionario empresas servicios para valorar su grado de adaptación a la metodología del Programa.
- ✓ Entrevista individual de **1 hora** en la sede de la Cámara de Comercio.



¿Cómo se desarrolla el programa?

El programa supone una dedicación de **37 horas presenciales** de la empresa y se divide en **cuatro módulos** que permiten ir construyendo de manera estructurada un plan de internacionalización en el mercado exterior seleccionado:

MÓDULO 1 Las elecciones iniciales: productos, clientes y mercados

MÓDULO 2 El acceso al mercado

MÓDULO 3 El plan de marketing

MÓDULO 4 El plan de negocio



MÓDULO 1: LAS ELECCIONES INICIALES

Es fundamental hacer una **buena selección de mercados**, pero para hacer una correcta selección del mercado objetivo, hay que tener en cuenta diversos factores que no sólo se refieren a criterios geográficos porque **tener éxito** en el mundo internacional pasa por hacer una correcta **segmentación de clientes** de acuerdo a la **unidad de negocio seleccionada**.



XPANDE - PROGRAMA DE APOYO A LA EXPANSIÓN INTERNACIONAL DE PYMES

1

Una **radiografía clara y completa** de su situación de partida

2

Una **detección de fortalezas y debilidades** en base a un análisis completo, sistemático y aplicado de forma objetiva

¿QUÉ OBTIENE LA EMPRESA con el M1?

3

Una **visión estratégica** que coloca al **cliente** como eje central de todo el desarrollo empresarial

5

Una **selección de mercados** basada en un análisis multivariable de inteligencia de mercados que permite un alto grado de objetividad

4

Una **racionalización** adecuada de la **oferta** de la empresa



¿CÓMO SE ESTRUCTURA EL MÓDULO 1?:

SESIÓN 1	2:00 horas <ul style="list-style-type: none">▪ Repaso Diagnóstico Potencial▪ Análisis interno de la empresa
SESIÓN 2	2:30 horas <ul style="list-style-type: none">▪ Fortalezas y debilidades: definición y propuestas de mejora▪ Selección unidades de negocio y cartera de productos
SESIÓN 3	2:30 horas <ul style="list-style-type: none">▪ Concentración vs Diversificación▪ Identificación cliente objetivo▪ Identificación competencia
SESIÓN 4	2:00 horas <ul style="list-style-type: none">▪ Selección de mercado objetivo

TOTAL: 9 horas



MÓDULO 2: EL ACCESO AL MERCADO

Una vez decidido el mercado, se analizará tanto el **comportamiento de nuestro cliente objetivo** como nuestro **posicionamiento competitivo** en el mercado, para ello se dispondrá de **análisis de competidores** y **herramientas** que nos ayudarán a dibujar tanto un **mapa de posicionamiento** de la empresa como un **esquema** de los distintos **canales de distribución** para terminar decidiendo el **socio comercial más adecuado**.



XPANDE - PROGRAMA DE APOYO A LA EXPANSIÓN INTERNACIONAL DE PYMES

1 Una **orientación estratégica** clara en función del mercado y su posición competitiva.

2 La posibilidad de abordar uno de los retos fundamentales, la **segmentación del cliente**.

¿QUÉ OBTIENE LA EMPRESA con el M2?

3 La **selección de canal** a partir de un análisis sistemático y profundo de la información del mercado de destino

5 La posibilidad de **dirigir su estrategia de distribución a partir de un verdadero conocimiento del mercado**, en vez de ser un actor pasivo que permite que sea la propia inercia o el distribuidor local quienes definan su presencia

4 Un método que le ayude a reflexionar sobre cuestiones específicas respecto a la **selección de un socio comercial**



¿CÓMO SE ESTRUCTURA EL MÓDULO 2?:

SESIÓN 1	2:00 horas <ul style="list-style-type: none">▪ Reflexión sobre el entorno del mercado y el ciclo de vida▪ Posición competitiva de la empresa
SESIÓN 2	3:00 horas <ul style="list-style-type: none">▪ Segmentación del clientes en el mercado▪ Análisis del comportamiento del cliente objetivo
SESIÓN 3	3:00 horas <ul style="list-style-type: none">▪ Análisis y selección del canal de distribución en el mercado
SESIÓN 4	2:00 horas <ul style="list-style-type: none">▪ Análisis y selección del socio comercial más adecuado

TOTAL: 10 horas



MÓDULO 3: EL PLAN DE MARKETING

Después de todas las decisiones tomadas en los módulos anteriores, se elabora un **Plan de Marketing** en su sentido más amplio, que afecta a decisiones básicas sobre características del producto, fijación de precio, distribución y plan de comunicación y promoción



EXPANDE - PROGRAMA DE APOYO A LA EXPANSIÓN INTERNACIONAL DE PYMES

1 Una **herramienta sistemática para el cálculo del precio de exportación** que posibilita el trabajo con diferentes escenarios

2 Diseñar una **comunicación** anclada en **bases estratégicas** para la diferenciación competitiva y colocando verdaderamente al cliente en el centro

¿QUÉ OBTIENE LA EMPRESA con el M3?

3 Permite el **diseño de la comunicación** contando con información del mercado de destino y, en particular, en base al análisis de lo que están haciendo los competidores directos de la empresa

NO permite profundizar en la estrategia online ni diseñar un **Plan de Marketing online** (no es objeto de este programa) aunque da las líneas generales de actuación online



¿CÓMO SE ESTRUCTURA EL MÓDULO 3?:

SESIÓN 1	3:00 horas <ul style="list-style-type: none">▪ Análisis del comportamiento de compra del cliente▪ Decisiones sobre producto y precio▪ Fijación del precio de exportación
SESIÓN 2	2:00 horas <ul style="list-style-type: none">▪ Establecer los objetivos básicos de marketing▪ Analizar las claves de comunicación de la competencia
SESIÓN 3	2:00 horas <ul style="list-style-type: none">▪ Establecer el contenido específico y diferencial de comunicación▪ Decidir los medios de comunicación y promoción
SESIÓN 4	3:00 horas <ul style="list-style-type: none">▪ Plan de Marketing Online: analizar la actividad de clientes y competidores en Internet, valorar venta online y decidir acciones de comunicación online

TOTAL: 10 horas



MÓDULO 4: EL PLAN DE NEGOCIO

El objetivo de este último módulo consiste precisamente en elaborar tanto un **Plan de Actuaciones** que detalla el conjunto de actividades que hay que llevar a cabo para alcanzar los objetivos fijados, como el desarrollo de un **Plan Económico-Financiero** que está destinado a evaluar el alcance económico de la apertura de un nuevo mercado, permitiendo valorar el impacto en la tesorería y sus implicaciones financieras.



- 1 Un **Plan de Negocio sólido** y con un enfoque fácilmente asimilable por profesionales no financieros y específicamente adaptado al proyecto de expansión al mercado exterior

¿QUÉ OBTIENE LA EMPRESA con el M4?

- 2 Un **Plan de Actuaciones** que facilita a la dirección un cuadro de mando significativo



¿CÓMO SE ESTRUCTURA EL MÓDULO 4?:

SESIÓN 1	2:00 horas <ul style="list-style-type: none">▪ Toma de datos y estimación de ingresos
SESIÓN 2	2:00 horas <ul style="list-style-type: none">▪ Elaboración Plan Económico-Financiero
SESIÓN 3	2:00 horas <ul style="list-style-type: none">▪ Análisis de objetivos
SESIÓN 4	2:00 horas <ul style="list-style-type: none">▪ Definición Plan de Actuaciones

TOTAL: 8 horas



En resumen,

se trata de un programa de **consultoría de procesos**, personalizado a las necesidades y características de la empresa, que tiene por objetivo apoyarla en el **diseño y desarrollo de un plan de internacionalización** sostenible en el tiempo en un **mercado exterior concreto**.

Para **ampliar información** se puede contactar con:

Olga Martínez / Jesús Dueñas

Tel.- 953297300

E-mail omartinez@camarajaen.org; com exterior@camarajaen.org

Área Internacional

Cámara de Comercio de JAÉN