



# La empresa familiar en los mercados globales.

José Manuel Rivera Cuello.

Consultor/Formador BI, Marketing y Comex.

GLOBE-ITS.

# LA EMPRESA FAMILIAR EN LOS MERCADOS GLOBALES:

- 1. INTRODUCCIÓN.**
2. INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE MERCADOS.
3. BÚSQUEDA DE NEGOCIO A NIVEL INTERNACIONAL.
4. MARKETING INTERNACIONAL.
5. GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA DEL COMERCIO INTERNACIONAL.
6. NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL.
7. CREACIÓN DE LA EMPRESA FAMILIAR INTERNACIONAL.

# 1.INTRODUCCIÓN:

**“ THINK GLOBALLY, ACT LOCALLY”.**

# 1.INTRODUCCIÓN:

Hablemos de la globalización...

Hablemos de GAFA.

¿Quién sabe lo que significa GAFA?

# 1.INTRODUCCIÓN:

Hablemos de la globalización...

ALGUIEN SABE QUÉ ES EL GALLO DE MANEL.

# 1.INTRODUCCIÓN:

¿QUIÉN HA COMPRADO ALGUNA VEZ ALGO FÍSICO EN INTERNET?

¿QUIÉN TIENE PERFILES EN LAS RR.DD. SOCIALES?

¿QUIÉN HA ESTUDIADO VIENDO VÍDEOS DEL YOUTUBE O BUSCANDO LA INFORMACIÓN EN INTERNET?

# 1.INTRODUCCIÓN:

¿QUIÉN HA COMPRADO ALGUNA VEZ ALGO FÍSICO EN INTERNET?

¿QUIÉN SABE HACER UNA WEB BÁSICA DE VENTA ONLINE?

¿QUIÉN TIENE PERFILES EN LAS RR.DD. SOCIALES?

¿QUIÉN TIENE UN PERFIL DE EMPRESA, AFICIÓN, PLATAFORMA?

¿QUIÉN HA ESTUDIADO VIENDO VÍDEOS DEL YOUTUBE O BUSCANDO LA INFORMACIÓN EN INTERNET?

¿QUIÉN TIENE CANAL DE YOUTUBE? ¿QUIÉN TIENE UN BLOG?

# 1.INTRODUCCIÓN:

¿Hay algo nuevo?

- Lean-Manufacturing (Lean todo lo demás).
- Nuevas tendencias del Mrk.
- Tecnologías.
- BI.
- Datos, datos y más datos, en definitiva: INFORMACIÓN (el nuevo oro).

# 1. INTRODUCCIÓN:

- Las nuevas empresas que **están naciendo** en los últimos años ya nacen con la **vocación global**.
- Empiezan lógicamente por el mercado local: “fácil y seguro” y van haciendo la **teoría de la espiral** (esto lo hacen las buenas empresas, las que tienen estrategia y planificación).
- Van ampliando y conquistando mercados; adaptando el producto, innovando, aprendiendo, consiguiendo músculo financiero, diversificando riesgos y haciendo marca.

1.INTRODUCCIÓN:

¿Y las empresas familiares?

# 1. INTRODUCCIÓN:

## PERFIL TÍPICO DE EMPRESA FAMILIAR:

- Tienen productos y servicios de alta calidad, muy testados a nivel local y con gran tradición.
- Excelente red de contactos a nivel local.
- Han hecho sus pinitos en los mercados internaciones (sobre todo U.E.) pero de forma pasiva.
- Se han planteado diversificar mercados pero no de forma estratégica y planificada.
- Necesitan de personal cualificado que profesionalicen la empresa.

# 1.INTRODUCCIÓN:

Ventajas de operar en mercados internacionales:

- Diversificar riesgos.
- Mejora del producto por la competencia (buscada) en otros mercados.
- Mayor rentabilidad.
- Creación de marca y reputación de marca.
- Nuevos usos y nichos de mercado de ida y vuelta (cherry o lechugas vivas).

# 1.INTRODUCCIÓN:

Desventajas (salvables):

- Hace falta dinero.
- Hace falta personal cualificado (más dinero).
- Hace falta perseverancia (la regla de los 6 meses – 1 año).

# LA EMPRESA FAMILIAR EN LOS MERCADOS GLOBALES:

1. INTRODUCCIÓN.
- 2. INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE MERCADOS.**
3. MARKETING INTERNACIONAL.
4. GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA DEL COMERCIO INTERNACIONAL.
5. NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL.
6. CREACIÓN DE LA EMPRESA FAMILIAR INTERNACIONAL.

## 2. INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE MERCADOS:

¿Qué es el BI?

## 2. INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE MERCADOS:

¿Qué es el BI?

Conjunto de metodologías, aplicaciones, prácticas y capacidades enfocadas a la administración de información que permite tomar mejores decisiones a los usuarios de una organización.

## 2. INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE MERCADOS:

Bondades:

- Generación de información continua.
- Permite una visión única del negocio.
- KPI y KGI (calibrar las desviaciones).
- Mejora la competitividad: localizar lo relevante, acceso rápido a la información y AGILIDAD EN LA TOMA DE DECISIONES.

## 2. INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE MERCADOS:

¿Qué es la investigación y análisis de mercados?

## 2. INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE MERCADOS:

Herramientas:

- INTERNET.
- EXCEL.

TAN SENCILLO COMO ESO.

## 2. INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE MERCADOS:

- Las empresas pueden demandar muchos perfiles pero al final lo que en realidad se va a esperar de vosotros/as es que seáis consultores de INTERNET.
- SI ESTÁ EN LA RED, TENÉIS QUE SER CAPACES DE ENCONTRARLO.  
(Es muy buena frase en las entrevistas de trabajo).

### 3. MARKETING INTERNACIONAL.

HAGAMOS UN EJEMPLO ENTRE TODOS:



## 2. INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE MERCADOS:

NECESITAMOS EL CÓDIGO TÁRIC:

¿Alguien sabe qué es?

Google: net taric

<http://www.taric.es/productos-y-servicios/utilidades/nettaric/>

## 2. INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE MERCADOS:

¿Dónde podría encontrar información para hacer análisis de mercados?

ESTADÍSTICO:

- ICEX (Guía País, Informes sectoriales, Notas de Ferias, Costes de implantación, empresas en el exterior).
- DATACOMEX.
- INTRACEN: <http://www.intracen.org/itc/market-info-tools/trade-statistics/>
- ONU: <https://comtrade.un.org/>
- GAPMINDER.
- FMI.
- BM: <http://datos.bancomundial.org/>
- EUROSTAT.
- CIA - FACTBOOK.
- RIESGO PAÍS. CREDENDO. (AGENCIAS DE RATING).
- THE ATLAS OF ECONOMIC COMPLEXITY.
- INTEGRACIÓN ECONÓMICA INTERNACIONAL.

## 2. INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE MERCADOS:

¿Dónde podría encontrar información para hacer análisis de mercados?

INVESTIGACIÓN:

- PLAN CAMERAL.
- MADB.
- ICEX: POR EL MUNDO MUNDO.
- INVEST IN SPAIN (MUNDO).
- ORGANISMO AUTONÓMICOS.
- TRADE SANTANDER.

## 2. INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE MERCADOS:

¿Dónde podría encontrar información para hacer análisis de mercados?

EMPRESAS:

Espiar a la competencia.

- KOMPASS.
- CAMARAS.
- YOU BUY FRANCE (cada país tiene el suyo, por región también).
- DIRECTORIOS: spainproductfrommurcia;  
<http://www.extenda.es/web/opencms/directorio-empresas/>
- FERIAS: <http://www.portalferias.com/>  
<https://exhibitors.thebig5.ae/>
- SUPERMERCADOS ONLINE (PARA PRODUCTOS DEL SÚPER).

# LA EMPRESA FAMILIAR EN LOS MERCADOS GLOBALES:

1. INTRODUCCIÓN.
2. INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE MERCADOS.
- 3. MARKETING INTERNACIONAL.**
4. GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA DEL COMERCIO INTERNACIONAL.
5. NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL.
6. CREACIÓN DE LA EMPRESA FAMILIAR INTERNACIONAL.

### 3. MARKETING INTERNACIONAL.

- PESTEL.
- DAFO.
- BCG.
- CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO.
- CICLO DE VIDA DEL CONSUMIDOR.
- ESTRATEGIA DE LAS 4 Ps (Personal, Proceso, Presentación).
- DIAMANTE DE PORTER.
- SEGMENTACIÓN DE MERCADOS (Mercado/Consumidor).
- ANÁLISIS DEL MOMENTO DE COMPRA.

# 3. MARKETING INTERNACIONAL.

LO NUEVO DEL MARK:

INBOUND MARKETING:

¿QUÉ ES?

# 3. MARKETING INTERNACIONAL.

LO NUEVO DEL MARK:

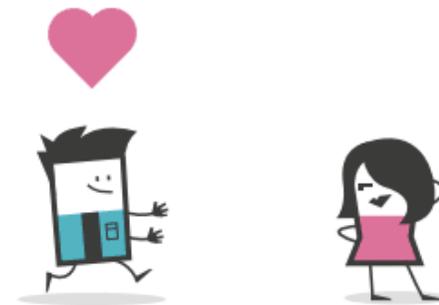
INBOUND MARKETING:

¿QUÉ ES?

**EL MARKETING  
TRADICIONAL**  
Persigue a los clientes.



**EL INBOUND**  
Los atrae.



# 3. MARKETING INTERNACIONAL.

LO NUEVO DEL MARK:

**INBOUND MARKETING:**

¿CÓMO?

- Demostrando que le puedes generar valor.
- Acompañándolo pero sin ir directo.

BLOG, PANEL DE RATIOS, PUBLICACIÓN DE NOTICIAS DIGITALES/PAPEL, CASOS DE ÉXITO, PREZI, YOUTUBE, RR.SS.

Blog: <https://globeeconomia.wordpress.com/>

Casos de éxito: <https://the-cocktail.com/casos-de-exito>

# 3. MARKETING INTERNACIONAL.

LO NUEVO DEL MARK:

Método de las 3G.

- Guerrilla!! (Esto ya estaba creado).
- Growth Hacking.
- Generación leads. (Esto en offline también).

### 3. MARKETING INTERNACIONAL.

LO NUEVO DEL MARK:

Método de las 3G.

- Guerrilla!! (Esto ya estaba creado).

Medios no convencionales.

Ambient media.



### 3. MARKETING INTERNACIONAL.

LO NUEVO DEL MARK:

Método de las 3G.

- Guerrilla!! (Esto ya estaba creado).

Medios no convencionales.

Ambush media.

¿De qué parece este anuncio?



# 3. MARKETING INTERNACIONAL.

LO NUEVO DEL MARK:

Método de las 3G.

- Guerrilla!! (Esto ya estaba creado).

Medios no convencionales.

Stealth marketing.



# 3. MARKETING INTERNACIONAL.

LO NUEVO DEL MARK:

Método de las 3G.

- Guerrilla!! (Esto ya estaba creado).

Medios no convencionales.

Mucho más: flyers, shows, animaciones humanas...

# 3. MARKETING INTERNACIONAL.

LO NUEVO DEL MARK:

Método de las 3G.

- Growth Hacking:

Combinación de acciones llevadas a cabo por expertos para aumentar los usuarios de una Startup de forma de palo de hockey.

¿Cómo? Analizando las cifras, marketing creativo y siendo curioso (baja o alta de usuarios, BI).

# 3. MARKETING INTERNACIONAL.

LO NUEVO DEL MARK:

Método de las 3G.

- Generación de leads:

Conseguir clientes por métodos:

- Online: e-mail, social, video, adwords, publicidad display.
- Offline: envío postal, TV, eventos.

# LA EMPRESA FAMILIAR EN LOS MERCADOS GLOBALES:

1. INTRODUCCIÓN.
2. INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE MERCADOS.
3. MARKETING INTERNACIONAL.
- 4. GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA DEL COMERCIO INTERNACIONAL.**
5. NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL.
6. CREACIÓN DE LA EMPRESA FAMILIAR INTERNACIONAL.

# 4. GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA DEL COMERCIO INTERNACIONAL:

INCOTERMS.

MEDIOS DE PAGO.

DOCUMENTACIÓN COMERCIAL Y LOGÍSTICA.

FINANCIACIÓN INTERNACIONAL.

## 4. GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA DEL COMERCIO INTERNACIONAL:

INCOTERMS:

- CCI.
- NO SON NORMAS.
- FACILITAN EL COMERCIO INTERNACIONAL.

## 4. GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA DEL COMERCIO INTERNACIONAL:

INCOTERMS:

- Regla de ORO:

Vender en C y comprar en F.

Valor añadido.

Incoterms® 2010 de la Cámara de Comercio Internacional (ICC)		PAÍS, CIUDAD, LUGAR DE ORIGEN						TRANSPORTE PRINCIPAL		PAÍS, CIUDAD, LUGAR DE DESTINO			
		Embalaje verificación control	Licencias autorizaciones otras formalidades	Carga al camión o contenedor en fábrica o almacén	Transporte interior país de origen, De fábrica a puerto, a aeropuerto o a terminal, o a transportista.	Formalidades aduaneras exportación.	Costes manipulación terminal, origen, Puerto, aeropuerto, tr, tren, etc	Transporte principal internacional	Seguro mercancía  Seguro transporte	Costes manipulación terminal destino, Puerto, aeropuerto, tr, tren, etc	Formalidades aduaneras importación, Arancel, impuestos interiores y especiales, y límites	Transporte interior país de destino, De puerto, aeropuerto o terminal a fábrica u operador logístico,	Recepción y descarga
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>Incoterms® 2010 ICC - REGLAS PARA CUALQUIER MODO O MODOS DE TRANSPORTE</b>													
<b>EXW</b> Ex works, Franco fábrica.	A	Coste											
	Riesgo												
<b>FCA</b> Free carrier, Franco porteador.	B	Coste											
	Riesgo												
<b>CPT</b> Carriage paid to, Transporte pagado hasta.	C	Coste											
	Riesgo												
<b>CPA</b> Carriage and insurance paid to, Transporte y seguro pagado hasta.	D	Coste											
	Riesgo												
<b>DAT</b> Delivered at terminal, Entrega en terminal.	E	Coste											
	Riesgo												
<b>DAP</b> Delivered at place, Entrega en lugar.	F	Coste											
	Riesgo												
<b>DDP</b> Delivered duty paid, Entrega derechos pagados.	G	Coste											
	Riesgo												
<b>Incoterms® 2010 ICC - REGLAS PARA TRANSPORTE MARÍTIMO Y VÍAS NAVEGABLES INTERIORES</b>													
<b>FAS</b> Free alongside ship, Franco al costado del buque.	H	Coste											
	Riesgo												
<b>FOB</b> Free on board, Franco a bordo.	I	Coste											
	Riesgo												
<b>CFR</b> Cost and freight, Coste y flete.	J	Coste											
	Riesgo												
<b>CFI</b> Cost, insurance and freight, Coste seguro y flete.	K	Coste											
	Riesgo												
Vendedor     Comprador     El vendedor debe proporcionar la documentación necesaria para la exportación y el comprador los de importación a petición riesgo y a expensas del demandante.     Dependiente del lugar de entrega pactado    * Obligatorio    1... Recomendaciones generales    A... Recomendaciones particulares													

Manual para el uso de esta tabla: [www.incoterms-2010.com/manual-tabla](http://www.incoterms-2010.com/manual-tabla).

## 4. GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA DEL COMERCIO INTERNACIONAL:

### MEDIOS DE PAGO:

- Cheque bancario.
- Transferencia.
- Transferencia documentaria.
- Remesa simple.
- Remesa documentaria.
- Crédito Documentario.

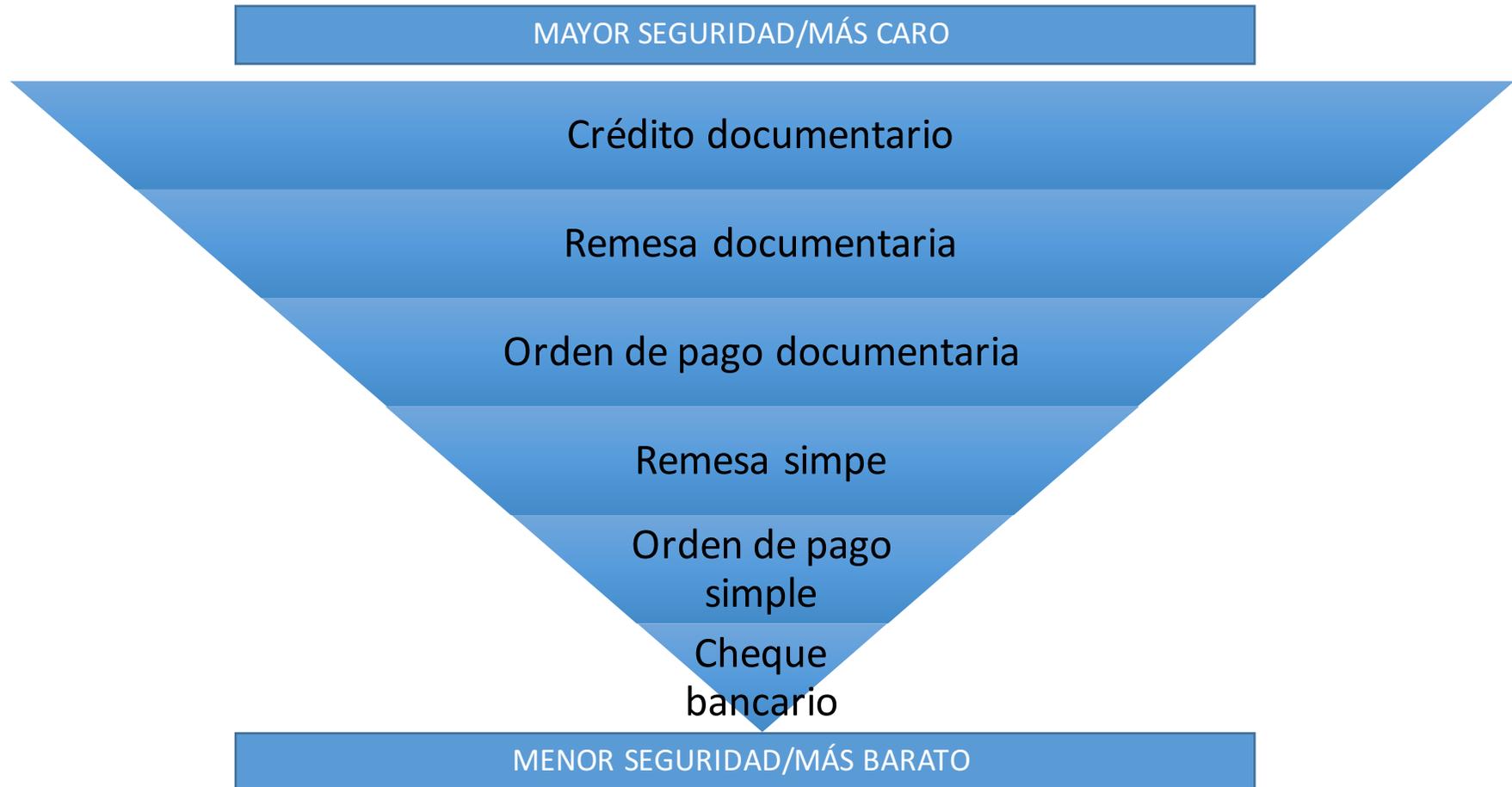
## 4. GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA DEL COMERCIO INTERNACIONAL:

MEDIOS DE PAGO:

¿POR QUÉ EXISTEN ESTOS MEDIOS DE PAGO?

- Fomentar el comex.
- Seguridad para ambas partes.
- Asegurar el cobro y la entrega de mercancías.

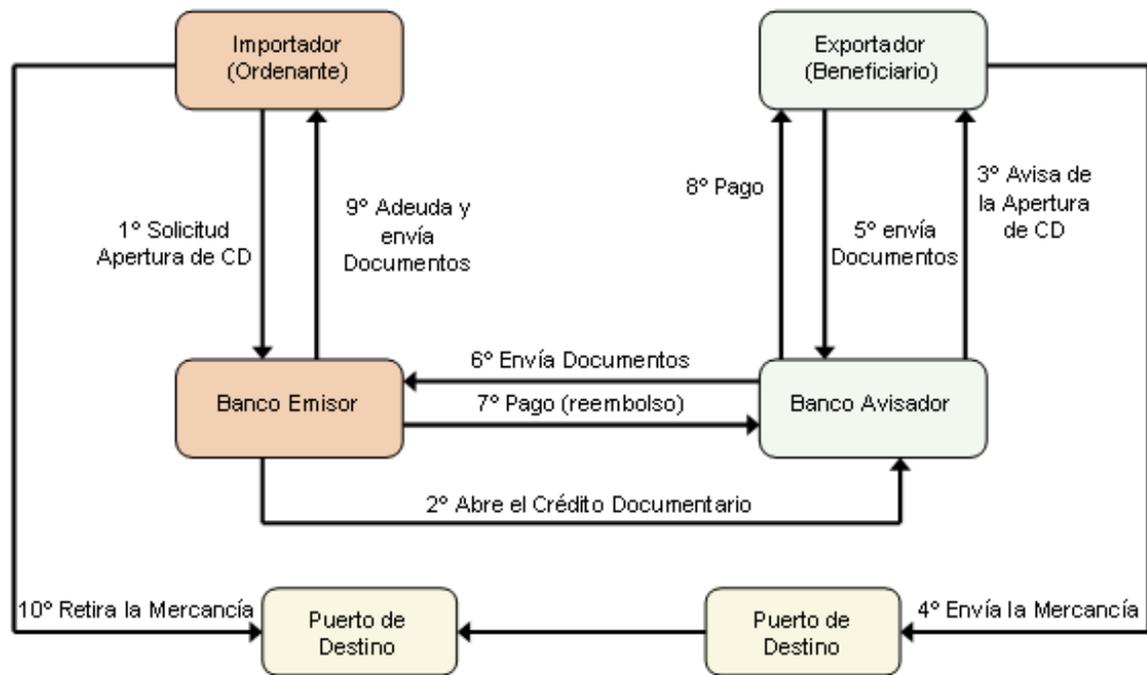
# 4. GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA DEL COMERCIO INTERNACIONAL:



# 4. GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA DEL COMERCIO INTERNACIONAL:

Crédito Documentario:

Confianza nula – Seguridad máxima.



## 4. GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA DEL COMERCIO INTERNACIONAL:

### DOCUMENTACIÓN COMERCIAL Y LOGÍSTICA:

El comercio internacional genera una serie de documentación comercial, logística y aduanera la cual hay que gestionar para poder conseguir el objetivo de la exportación.

## 4. GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA DEL COMERCIO INTERNACIONAL:

### DOCUMENTACIÓN COMERCIAL Y LOGÍSTICA:

- Factura pro-forma.
- Factura comercial.
- Documentos de transporte (bill of lading, CMR, air waybill...)
- Documentos de seguro.
- Certificado de origen.
- Certificado sanitario.
- Certificado de calidad.

## 4. GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA DEL COMERCIO INTERNACIONAL:

DOCUMENTACIÓN COMERCIAL Y LOGÍSTICA:

Páginas webs para solucionar estos problemas:

- Market acces data base.
- Net Taric.
- Plan Cameral.
- Santander Trade.

## 4. GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA DEL COMERCIO INTERNACIONAL:

### FINANCIACIÓN INTERNACIONAL.

- FACTORING (gestión de cobro de clientes).
- FORFAITING (comex puro).
- CONFIRMING (gestión de pago a proveedores).

# LA EMPRESA FAMILIAR EN LOS MERCADOS GLOBALES:

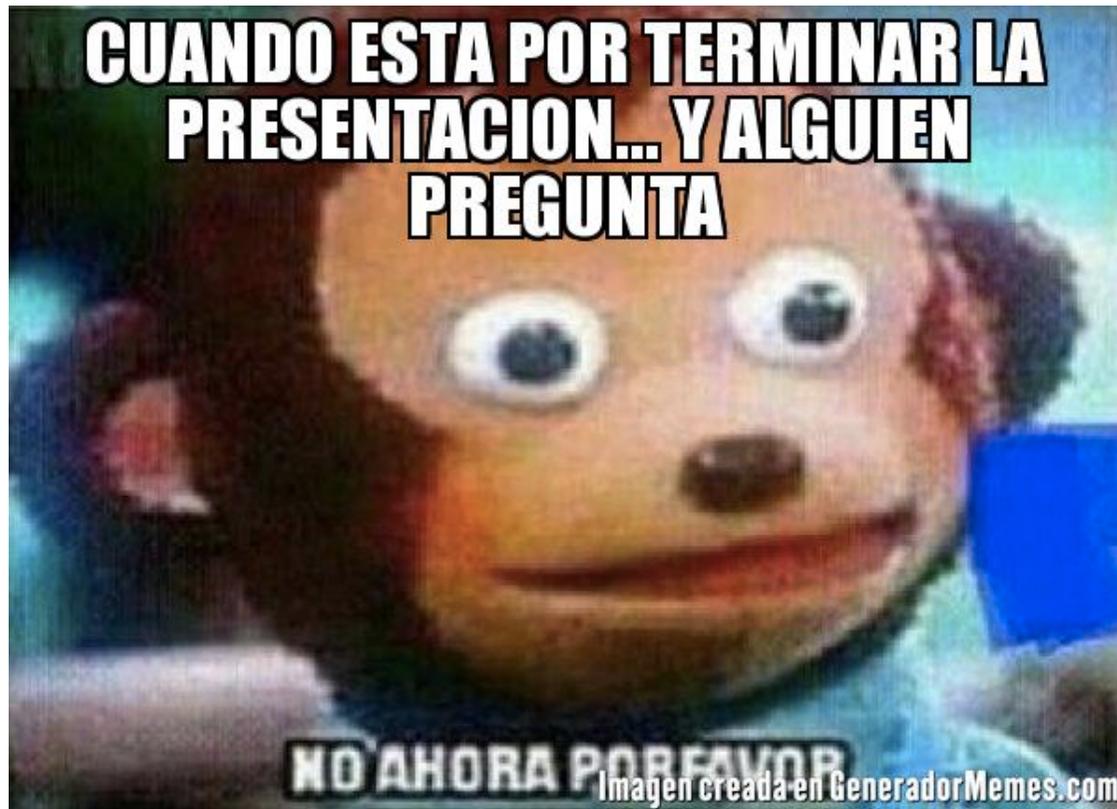
1. INTRODUCCIÓN.
2. INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE MERCADOS.
3. MARKETING INTERNACIONAL.
4. GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA DEL COMERCIO INTERNACIONAL.
5. CREACIÓN DE VALOR EN LA EMPRESA FAMILIAR.

# LA EMPRESA FAMILIAR EN LOS MERCADOS GLOBALES:

CASOS DE ÉXITO:



# LA EMPRESA FAMILIAR EN LOS MERCADOS GLOBALES:



LA EMPRESA FAMILIAR EN LOS MERCADOS  
GLOBALES:

MUCHAS GRACIAS POR VUESTRA ATENCIÓN.

# LA EMPRESA FAMILIAR EN LOS MERCADOS GLOBALES:

Práctica:

Mueble de diseño

Bicicleta eléctrica

Cosmética masculina.



# LA EMPRESA FAMILIAR EN LOS MERCADOS GLOBALES:

Se pide:

- Código TARIC.
- Export/Import del país en cuestión con el mundo y España.
- Saldo y tasa de cobertura.
- Identificar principal país competidor en destino.
- Identificar principales empresas extranjeras y nacionales competidoras.
- Identificar principales posibles empresas distribuidoras.
- Definir nicho de mercado.
- PESTEL/DIAMANTE DE PORTER/CVP/CVC.
- Averiguar precio PVP e IVA del país.