

ÍNDICE

Sobre el autor	19
Prólogo a la segunda edición	21
Biografía de Carlos Enrile D’Outreligne.....	25
Mensaje del Autor	27
¿Qué ofrece este libro?	28
¿Qué temas se tratan?.....	29
¿Qué temas no se tratan?.....	30
¿A quién está dirigido este libro?	30
Puntos relevantes de este libro	31
Nota a esta edición.....	33
Diferencias con relación a la edición anterior	33
Posicionamiento del libro en el mercado formativo	35

PARTE I. LA EMPRESA Y LA RUTA PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN

Capítulo 1. LOS PRIMEROS PASOS	39
Las variables en el mercado internacional y los nuevos retos para las empresas	50
¿Por qué exportar?.....	52

¿Quién puede exportar?	54
¿Adónde exportar?	57
¿Cuándo exportar?	61
¿Cómo exportar?.....	62
¿Qué exportar?.....	67
¿Cómo no exportar?.....	68
Barreras a la exportación.....	74
¿Para quién exportar?.....	83
¿Cómo buscar un posible socio?.....	84
El universo del exportador	85
Adaptación del producto	85
El concepto del «iceberg».....	88
¿Cómo puedo aplicar lo que he aprendido a mi empresa?.....	97

Capítulo 2.

EL PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN.....	101
Evaluación preliminar de la capacidad exportadora.....	107
Integración en la empresa	116
El plan de internacionalización	131
Secciones del plan de internacionalización.....	141
Los riesgos en el comercio internacional	146
Factores de éxito en la internacionalización	152
¿Cómo puedo aplicar lo que he aprendido a mi empresa?.....	156

**PARTE II.
LA INFORMACIÓN**

**Capítulo 3.
LA IMPORTANCIA DE LA INFORMACIÓN PARA
INTERNACIONALIZAR TU EMPRESA.....161**

La información básica..... 171

Fuentes de información 174

Organismos de servicios públicos de apoyo a la internacionalización
de España y América Latina 178

Comercio exterior en internet 182

Algunas notas sobre fuentes de información 184

Organismos de servicios públicos de
apoyo a la internacionalización de España y América Latina 184

Ferias y eventos específicos 185

Cámaras de comercio bilaterales..... 185

Competencia 186

Institutos de estadística..... 187

Directorio de sitios web para utilizar a diario en la gestión de la
internacionalización 187

Inteligencia artificial (IA) 193

Acuerdos comerciales internacionales 196

Instituciones internacionales 197

Investigación del mercado y producto 199

El perfil del mercado..... 199

Notas sobre el perfil del mercado207

Investigación del producto209

¿Cómo puedo aplicar lo que he aprendido a mi empresa?..... 216

PARTE III.
LA COMUNICACIÓN Y LA PROMOCIÓN
DE LA EMPRESA EN LOS MERCADOS
INTERNACIONALES

Capítulo 4.

LAS DIFERENCIAS CULTURALES.....	225
Los negocios se hacen de forma distinta según cada país	228
Diferencias culturales: algunos ejemplos.....	233
Acuerdos y... ivodka!	233
Lenguaje corporal	234
Usos y costumbres	235
Concepto del tiempo	235
Adaptación del producto	236
Los aspectos culturales	237
Apuntes sobre algunos aspectos culturales.....	239
Las variables culturales en una negociación	252
Concepto de la contratación	252
La selección de los negociadores	252
El encuentro de negocios.....	253
La negociación con ayuda de un intérprete.....	255
Un viaje por el mundo de las culturas	258
Europa	258
América.....	263
Cercano Oriente.....	271
África.....	274
Lejano Oriente	275
¿Cómo puedo aplicar lo que he aprendido a mi empresa?.....	286

Capítulo 5.

LA MARCA	289
La marca país	292
Ejemplos de marca país	292
Quién y cómo se debe promover el <i>made in</i>	294
La marca del producto	295
¿Qué es una marca?	297
Gama de las marcas	299
Cómo nace una marca.....	301
Curiosidades en la creación de marcas.....	301
¿Cualquier nombre puede usarse como nombre de marca?	303
Criterios para crear una marca líder	303
Algunos aspectos de la marca	309
La marca, ¿es para siempre?	309
¿La marca es el producto?	309
Lo que una marca es capaz de despertar en nosotros	310
¿El color es parte de la marca?	310
¿Cuánto vale una marca?.....	311
¿Cómo atribuir valor a una marca?	312
Política de marcas	315
Errores que se pueden evitar: casos de ausencia de una política de marca	318
Registro, piratería, reputación de la marca	320
La piratería de marcas	321
Reputación online de las marcas	322
¿Cómo puedo aplicar lo que he aprendido a mi empresa?.....	325

Capítulo 6.

ALGUNOS INSTRUMENTOS DE PROMOCIÓN329

¿Sabes usar internet profesionalmente? 331

Catálogo333

Etiquetado 337

Envase.....340

Listado de precios342

Publicidad345

Viaje de negocios en el extranjero 347

Misiones empresariales de negocios350

¿Cómo puedo aplicar lo que he aprendido a mi empresa?363

Capítulo 7.

COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN EN LA RED..... 367

Un rápido chequeo de su conocimiento de las herramientas de internet..... 371

Redes sociales 374

Como construir un sitio web..... 377

Blog382

LinkedIn384

Facebook.....388

Twitter (ahora, X)390

Youtube..... 391

E-mail (correo electrónico)393

Móvil *marketing*395

Promoción con Google.....395

Instagram.....396

Como van encontrarte en la red 397

Inteligencia artificial.....	400
¿Cómo puedo aplicar lo que he aprendido a mi empresa?.....	405

Capítulo 8.

FERIAS Y EXPOSICIONES INTERNACIONALES.....	407
---	------------

Información general de las ferias nacionales e internacionales	412
¿Por qué participar en una feria?	419
¿Debo participar como expositor o como visitante?	422
El público que asiste a las ferias	424
Identificando la feria más adecuada.....	426
¿Qué hacer antes, durante y después de la feria?.....	429
Antes: la preparación.....	429
Durante: la presencia en la feria.....	436
Después: evaluación de los resultados de la feria	441
Seguimiento a la evaluación de los resultados <i>follow-up</i>	443
Reglas prácticas (qué hacer en concreto)	446
¿Cómo puedo aplicar lo que he aprendido a mi empresa?.....	450

PARTE IV.
LA GESTIÓN DEL MERCADO

Capítulo 9.

LA SELECCIÓN DEL MERCADO.....	463
--------------------------------------	------------

El producto con vocación internacional.....	468
El perfil del producto	468
Estandarización frente a adaptación.....	473
Las patentes	474

Como hacer la selección del mercado.....	476
¿En cuantos mercados exportar?	490
El estudio de la competencia	491
La selección de la forma de ingreso al mercado	496
¿Cómo puedo aplicar lo que he aprendido a mi empresa?.....	501

Capítulo 10.

FORMAS DE ENTRADA Y CONSOLIDACIÓN DE LA PRESENCIA EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES.....505

¿Vender o exportar? ¿Tu empresa es un proveedor o un exportador?	508
Entrada y permanencia de una empresa en los mercados internacionales.....	511
Formas de entrada en los mercados.....	513
Las quince modalidades basadas en la exportación.....	518
Las ocho modalidades de entrada basadas en presencias contractuales.....	557
Exportación de servicios.....	604
¿Cómo puedo aplicar lo que he aprendido a mi empresa?.....	612

Capítulo 11.

LA GESTIÓN DEL SOCIO DE NEGOCIOS EN EL EXTERIOR..... 615

Contactos que deben realizarse durante la búsqueda de socios en el exterior ..	621
Formato para buscar importadores o socios	623
¿Cómo rellenar el formulario?.....	624
La definición de la información sobre el socio comercial	635
Secuencia de las fases para la selección del socio.....	637
¿Puedes confiar en el socio que acabas de encontrar?	642
La colaboración con el socio	644
La ingeniería de los precios	648
La estructura de precios para la exportación	654
Factores que influyen en la determinación de la política de precios	657

Parámetros para una oferta destinada al mercado externo	661
Consideraciones sobre las ofertas	663
Aspectos preliminares de los contratos.....	666
Carta de intención.....	671
Ejemplos de contratos	673
Negociaciones internacionales	679
Cómo se desarrolla una negociación	680
¿Cómo puedo aplicar lo que he aprendido a mi empresa?.....	685

**PARTE V.
LA ESTRUCTURA INTERNA
DE GESTIÓN DE LA EXPORTACIÓN**

Capítulo 12.	
EL DEPARTAMENTO DE EXPORTACIÓN (COMEX)	691
El departamento comercial de exportación	695
Las funciones del departamento de Comex.....	697
Las atribuciones del departamento de exportación	697
La dimensión del departamento de COMEX	702
Ejemplos de organigramas	704
Los primeros contactos con los mercados extranjeros	705
Departamento de exportación.....	706
Implantación de una estructura comercial	707
Iniciando la profesionalización de la gestión del COMEX.....	709
Organización interna para el sector comercial.....	712
El gerente de COMEX.....	713

Obstáculos en la empresa para desempeñar la función de gerente de COMEX	721
La gestión de la información	722
La elaboración del presupuesto de COMEX.....	726
La integración empresarial.....	730
Expatriación de los ejecutivos	731
¿Cómo puedo aplicar lo que he aprendido a mi empresa?.....	737

**PARTE VI.
REDES DE EMPRESAS
(JUNTOS PARA COMPETIR)**

Capítulo 13.	
CONSORCIOS DE EXPORTACIÓN Y REDES DE EMPRESAS	741
Las necesidades de una empresa exportadora	748
La necesidad de trabajar en grupo para competir.....	752
¿Porque el consorcio?	756
¿Qué es un consorcio?	757
Modelos de consorcio	758
Modelos de consorcios en relación a las finalidades	758
Modelos de consorcios en relación a los sectores a los que pertenecen.....	764
Modelos de consorcios en relación al territorio-sede	766
Como no hacer un consorcio	767
Las ventajas del consorcio de exportación	774
Como incentivar la formación de consorcios de exportación	776
¿Qué no es un consorcio de exportación?	778
No es un clúster	779

No es una cooperativa.....	780
No es una empresa integradora (una figura jurídica muy usada en México)	781
Sistema Integrado de Promoción de competitividad y Exportación (S.I.P.E.).....	782
Los servicios del S.I.P.E.....	784
Etapas para instalación de un proyecto S.I.P.E.....	789
Perfil del director del consorcio.....	791
Cómo el S.I.P.E. apoya las pymes	792
El plan de acción inicial de un S.I.P.E.	796
La financiación de la red S.I.P.E.....	797
La organización interna	799
Los indicadores de éxito de la red S.I.P.E.	799
Indicadores de éxito para los asociados de las redes	802
Experiencias prácticas	805
Fuentes de información para saber más sobre consorcios	810
Consideraciones y futuro de las redes consorciales	812
El futuro de las redes de pymes	812
¿Cómo puedo aplicar lo que he aprendido a mi empresa?.....	817

PARTE VII.
EXPORT CHECK-UP

Capítulo 14. EXPORT CHECK-UP (DEMOS)	821
Evaluación de la competitividad (una herramienta para medir tu nivel de calidad en la gestión de la internacionalización).....	823

APÉNDICE / CONCLUSIONES	833
Una palabra final	835
Parámetros para mejorar la competitividad	835
REFERENCIAS	843
Recursos.....	845
Videos	857
COMO CONTACTAR CON NICOLA MINERVINI	859