

Guía Práctica

Para exportación de
SERVICIOS



PROMENDOZA

Autodiagnóstico Exportador

De las respuestas obtenidas en el siguiente formulario usted podrá determinar si se encuentra en condiciones de iniciar un proceso exportador.

Condiciones de la Empresa	Sí	No	En Proceso
¿Conoce la situación de su empresa a nivel contable, financiero y la estructura de costos, analizando aspectos como liquidez, endeudamiento y rentabilidad?			
¿Cuenta con una ficha técnica para sus servicios?			
¿Tiene definida la capacidad de respuesta de su empresa ante demandas de servicios en términos de volumen de servicios vs. tiempo?			
¿Ha determinado cuáles son los tiempos de respuesta a nuevos desarrollos, pedidos y reposiciones para su(s) servicio(s)?			
¿Dentro de su porfolio de productos ha definido el o los que desea exportar?			

Investigación de mercado	Sí	No	En Proceso
¿Ha seleccionado uno o más mercados objetivo?			
¿Identificó las oportunidades que ofrece el mercado objetivo?			
¿Conoce su competencia nacional así como la extranjera en el país de su interés?			
¿Ha identificado cuáles son los servicios similares o sustitutos a los suyos y de la competencia en aspectos como precio, capacidad de respuesta, capacidad de mejora, etc.?			

Condiciones de acceso al mercado objetivo	Sí	No	En Proceso
¿Tiene claras las condiciones de accesos de su servicio al mercado de su interés: colegiación obligatoria, doble tributación, exigencia de visados, certificaciones de mejoras, etc.?			
¿Cuenta con personal dentro de la empresa que pueda asumir las tareas relativas a la inserción internacional? ¿Su personal está capacitado para hacerlo?			

Ejecución y seguimiento del plan de exportación	Sí	No	En Proceso
¿Tiene actualmente una oportunidad de negocio con un comprador internacional?			

Instrumentos de Promoción y Comunicación	Sí	No	En Proceso
Sitio web bilingüe o en varias lenguas			
Catálogo de productos – servicios			
Material promocional institucional			

Si aún no cumple con todas las pautas del anterior formulario, puede comunicarse con nosotros para obtener información y asesoría.

Fases del proceso exportador

1. Identificación de los servicios exportables y el modo de exportación

A diferencia de los bienes, para los servicios no hay una posición arancelaria definida, por lo cual no cuentan con un código y se dividen generalmente en las siguientes categorías:



Paseo Sarmiento 212 - 1º Piso - M5500 GIF - Mendoza - Argentina

2. Estrategia corporativa. Contar con:

- a. Sitio web bilingüe
- b. Catálogo de productos
- c. Incorporar valor a través de la diferenciación
- d. Diseñar una estrategia de adaptación al cliente

3. Análisis del producto/servicio

- a. Analice y defina el costo del producto/servicio

4. Análisis del mercado

- a. Marco Legal (el porcentaje de propiedad permitida para un extranjero, las exigencias respecto a la cantidad mínima de recursos humanos nacionales, las condiciones para las transferencias financieras, entre otras.)
- b. Consumidores (identificar el grado de apertura para comprar servicios del extranjero y en particular de nuestro país)
- c. Competidores locales y extranjeros
- d. Posibles socios de negocios

5. Estrategias de ingreso al mercado

Cada mercado se aborda de una forma distinta, considerando las diferentes particularidades que tiene, por lo cual es fundamental ajustar el modelo de inserción en base a los usos comerciales del mercado de destino.

- a. Acercamiento virtual
- b. Generación de alianzas estratégicas
- c. Movimiento de personas físicas en forma ocasional
- d. Apertura de una oficina en el exterior

6. Análisis de limitaciones

- a. Doble tributación (Para evitar la doble imposición existen convenios entre Estados; se sugiere verificar la tasa de retención en destino y la existencia de acuerdos vigentes a la hora de evaluar la rentabilidad de un negocio.)
- b. Exenciones de requisitos de visados
- c. Costos financieros
- d. Colegiación obligatoria (En países como Brasil, Perú y Ecuador, la colegiación es obligatoria. Por ende, los exportadores deben tramitar y legalizar los títulos de los técnicos y profesionales, lo que les habilita a pertenecer al órgano profesional específico y así, obtener la licencia necesaria para ejercer. Estos procesos además de tiempo implican importantes costos.)

7. Analizar si es necesario registrar propiedad intelectual o industrial.

- a. La propiedad industrial incluye las invenciones, patentes, marcas, dibujos y modelos industriales e indicaciones geográficas de procedencia.
- b. La propiedad intelectual o derecho de autor abarca las obras literarias y artísticas, tales como las novelas, los poemas, las películas, y las obras de teatro, musicales y de arte, tales como los dibujos, pinturas, fotografías y esculturas, y los diseños arquitectónicos.

Paseo Sarmiento 212 - 1º Piso - M5500 GIF - Mendoza - Argentina