

INSTRUCTIVO PARA PARTICIPAR EN VILLA MARIA EXPORTA



6 y 7 DE OCTUBRE

Las ferias internacionales y misiones inversas son el camino más productivo de promoción en cuanto a la relación costo de inversión-negocio generado. No solo se logra establecer contactos con empresarios internacionales, sino también que los empresarios extranjeros conozcan la capacidad de producción de las empresas, el producto in situ, la tecnología, los recursos humanos y una mayor variedad de productos.

Cabe tener en cuenta que para que éstas sean una verdadera oportunidad, es necesario preparar a la empresa y sus representantes en las negociaciones, para que lleven a cabo un buen desempeño en la presentación que hagan a las contrapartes internacionales.

Habitualmente las rondas de negocio requieren de una preparación por parte de los participantes que implica, al menos, tres etapas:

Una primera etapa, consiste en realizar un trabajo de investigación y conocimiento previo sobre la historia y la dinámica de la ronda a la que se asistirá.

Las misiones inversas suelen ser el primer paso antes de la exportación y rara vez se concretan ventas en esta instancia. Pero, ese contacto es clave y sirve como disparador.

Dicho 'trabajo previo' estaría compuesto por:

- Conocer la historia de la ronda
- Qué participantes formaron parte en los últimos años
- Qué tipo de productos se demandan habitualmente
- Qué mercados participan, no sólo conocer concretamente las empresas, sino también la cultura del país al que pertenecen, el idioma que utilizan –se debe considerar especialmente el idioma ya que si bien durante el desarrollo de las reuniones puede contarse con la colaboración de un intérprete, luego se necesitará tener un conocimiento mínimo del mismo para poder sostener el vínculo con la contraparte
- Tener conocimiento de los impuestos que operan en ese mercado extranjero al que queremos exportar, lo mismo que los aranceles y las certificaciones necesarias para poder ingresar nuestros productos al país importador. Un punto importante a tener en cuenta es que en caso de NO contar con las inscripciones, habilitaciones o certificaciones necesarias para exportar, es muy importante aclararlo a la contraparte durante la reunión.
- Tener en claro la estructura de costos para la exportación del producto, teniendo en cuenta también la logística apropiada para cada destino (FOB, FCA, CFR, CIF, etc.)
- Saber cuáles son las reglas internas de la ronda de negocios:
 - En caso de presentar muestras de productos, debe tenerse en cuenta cuándo hacerlo, si esos productos pueden ingresar al país de la contraparte, considerar el tamaño de la muestra ya que seguramente no será la única que reciba.
 - Tener en cuenta las reglas internas de la ronda. Entiéndase, puntualidad, duración de las entrevistas, qué se acostumbra a presentar habitualmente en cuanto a folletería, materiales, productos, muestras, etc.



VillaMaría
exporta2016

6 y 7 DE OCTUBRE

- Invitar a las contrapartes a conocer la empresa o la fábrica en la que se produce lo que se está ofreciendo.
 - Contemplar los costos de participación de la empresa en la ronda y la conveniencia de la misma: viaje, comidas, folletería, publicidad, etc.
- Planificar, aunque sea estimativamente, cómo serán distribuidos los tiempos de las entrevistas.
 - Saludo
 - Presentaciones: de la personas, de los productos (incluyendo especificaciones técnicas, certificaciones)
 - Precios y cotizaciones

□ Conocer de antemano potenciales agentes o distribuidores de nuestro producto.
"Jugar de local" en las rondas de negocios cumple varios objetivos: diversificación de mercados (permite que vengan firmas de distintos países, mientras que al viajar se va a dos destinos como máximo), se difunde la imagen de la Argentina (carne y tango son componentes obligados en la agenda de los visitantes) y se va al grano, porque el gerente de compras se entrevista directamente con el proveedor que califica con el perfil de productos que importa, garantizándoles que detrás de la selección de las empresas locales "hay un organismo oficial de promoción".

Una vez realizado todo el trabajo de investigación previa sobre la ronda de negocios, es necesario que la empresa se plantee objetivos en función de la participación.

Por supuesto, el principal objetivo que se persigue con la participación en estos espacios de negociación es insertar a la empresa en un determinado mercado.

Aunque, cabe destacar, que la empresa puede perseguir otros propósitos con la participación en este tipo de eventos. Entre ellos:

- Testear los productos que ofrece en cuanto a la presentación, el sabor, la aceptación de la contraparte, etc.
- Conocer otros productos, el packaging, las tendencias de presentación de los mismos.
- Conocer y Evaluar el desarrollo de la competencia.
- Utilizar la participación en rondas de negocios como forma de publicitar la inserción de la empresa en mercados internacionales.

DURANTE LA RONDA DE NEGOCIOS:

El trabajo previo a la participación concreta en la Ronda de negocios, debe servir como base para que la presentación ante nuestros potenciales compradores sea consistente y organizada. Aunque es necesario tener en cuenta algunas cuestiones específicas durante el desarrollo de las reuniones:

□ Puntualidad: es una condición necesaria para comenzar la presentación con 'el pie derecho'. En principio, demuestra seriedad y compromiso, además de interés por concretar la reunión con la contraparte.

□ Presentación: aquí se muestra todo lo preparado para la presentación del producto en la fase previa (muestras, certificaciones, habilitaciones, especificaciones técnicas)

Todo lo anterior estará presentado en algún soporte o medio, elegido también previamente, pero

preparado para ese momento pertinentemente. Entiéndase que si es folletería ya tiene que estar presentada de alguna manera en carpetas u ordenadas según la importancia que tengan; si es un video debemos contar con un medio para reproducirlo. Así con cualquier medio: cds, tarjetas personales, muestras del producto, etc.

Durante la reunión no se debe perder de vista el tiempo con el que se cuenta, fundamentalmente a la hora de organizar el mensaje que queremos transmitir.

La condición fundamental que hay que tener en cuenta es que lo importante del mensaje es la **claridad**, **NO** la **extensión**. Además hay que contemplar un tiempo para responder las preguntas que desee realizar el potencial comprador y un espacio para su presentación.

En una última etapa, que se correspondería con el trabajo POST RONDA de negocios, las tareas a llevar adelante son menos pero muy importantes. Es lo que definirá el éxito del contacto que se haya establecido durante la reunión con el potencial comprador.

Para esto, se recomienda:

- Hacer un recuento estimativo de la cantidad de personas interesadas en nuestro producto
- Reflexionar sobre el desempeño personal durante la participación.
- Retomar los objetivos planteados e intentar evaluar el cumplimiento de cada uno
- Y como paso fundamental: se debe realizar un seguimiento de TODOS los compromisos asumidos durante las reuniones: ya sea el envío de muestras, de literatura informativa, preparar las cotizaciones solicitadas, sostener el contacto mediado a través de correos electrónicos, llamadas telefónicas etc.

El especialista en Comercio Exterior, Daniel Iglesias sostiene que "Luego de un 2014 con bajo perfil en materia de exportaciones, el desafío sigue en pie y las pymes deben agudizar sus sentidos y recursos para subirse al tren de oportunidades que se presentan."

La participación en este tipo de eventos significa la apertura a un espacio que a cada pyme de manera particular le resultaría, al menos, dificultoso construir. Oportunidades de negocio y oportunidades de contactos que se ponen al servicio de empresas que estén pensando en la internacionalización y el crecimiento.



VillaMaría
exporta2016

6 y 7 DE OCTUBRE

