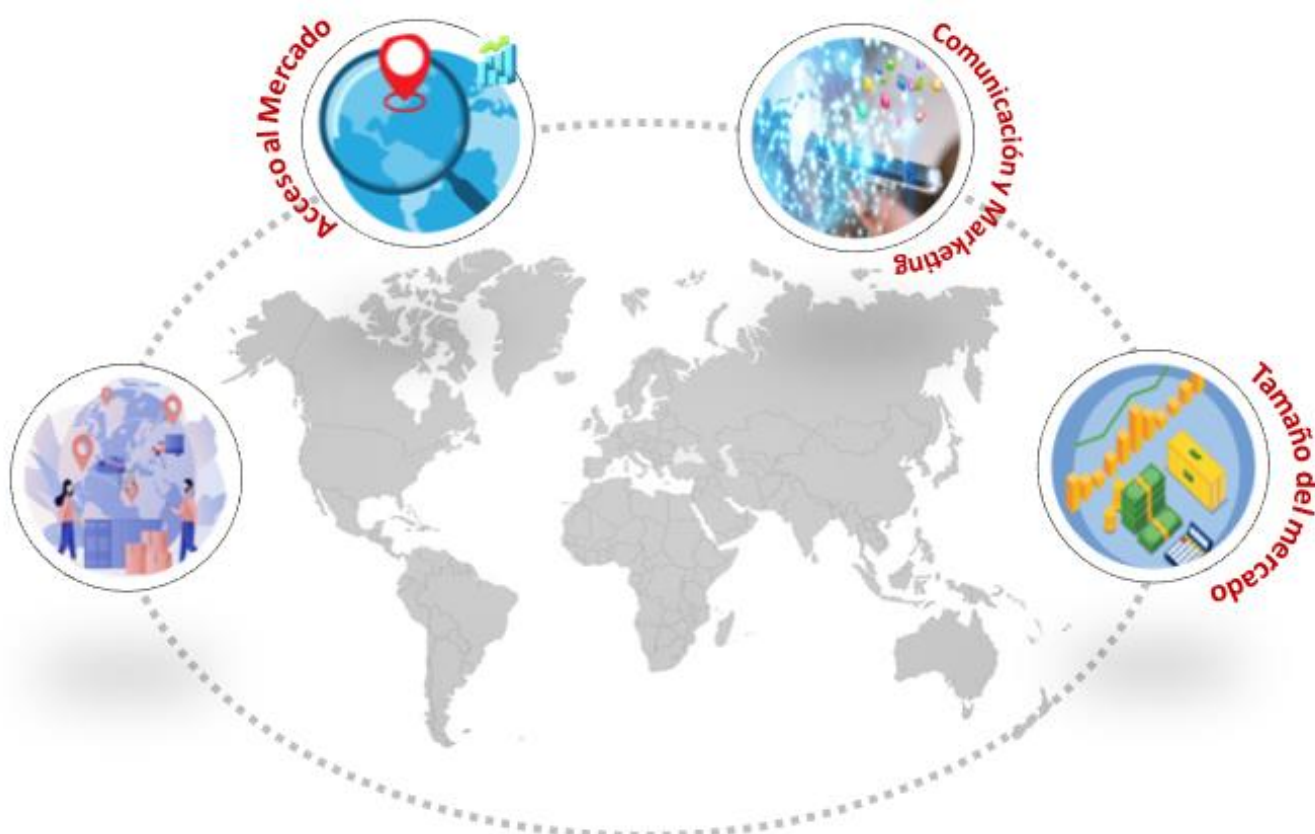


## FASE ASESORAMIENTO

### INFORME

#### Parte 1B Acceso al Mercado



**“NOMBRE DE LA EMPRESA”**

*Cámara de Comercio de “ “*

**#EuropaSeSiente**

Insertar aquí el logo de la Cámara de Comercio territorial y de los organismos terceros, si los hubiera



## Índice de contenidos

<b>“Nombre de la Empresa” .....</b>	<b>3</b>
La Empresa y su actividad .....	3
Unidades de negocio y carteras de productos para la exportación.....	3
Análisis Canvas de la Unidad de Negocio para la internacionalización .....	3
<b>1. País objetivo .....</b>	<b>4</b>
“Nombre país” .....	4
<b>2. Análisis del entorno.....</b>	<b>4</b>
2.1 Entorno político.....	4
2.2. Entorno económico .....	4
2.3. Entorno social.....	4
2.4. Entorno tecnológico .....	4
<b>3. Análisis situación del sector y ciclo de vida .....</b>	<b>4</b>
<b>4. Posición competitiva de la empresa y estrategia de acceso al mercado .....</b>	<b>5</b>
<b>5. Segmentación de clientes .....</b>	<b>5</b>



<b>6. Canales de comercialización .....</b>	<b>5</b>
<b>7. Modelo de negocio en el mercado objetivo .....</b>	<b>5</b>
<b>8. Perfiles de clientes .....</b>	<b>6</b>
<b>9. Decisiones sobre el producto .....</b>	<b>6</b>
<b>10. Precio de exportación.....</b>	<b>6</b>
<b>11. Estrategia de posicionamiento y comunicación .....</b>	<b>6</b>
<b>12. Plan de Acción .....</b>	<b>7</b>
<b>13. Plan Económico y Financiero .....</b>	<b>7</b>

## “Nombre de la Empresa”

Nota: este entregable recoge el trabajo desarrollado con la empresa en la Parte 1B de Acceso al Mercado, que define la estrategia de exportación de la empresa en el país objetivo seleccionado.

A continuación se presentan los apartados que debe recoger el informe. Los textos que aparecen en cada uno de ellos pretenden ayudar a entender el contenido de cada apartado. Se tienen que borrar aquellos textos que son indicaciones internas para las Cámaras de cómo elaborar el informe.

La información recogida en este informe procede de las conclusiones y decisiones tomadas tras las sesiones mantenidas con la empresa en las que se trabajó con los Dossiers de Inteligencia, los cuadernos de trabajo y las herramientas digitales. Se puede incluir información procedente de los Dossiers de Inteligencia.

Este informe se entrega a la empresa como entregable del asesoramiento realizado durante la Parte 1B de Acceso al Mercado.

Nota: este primer apartado, relativo a la actividad de la empresa, unidades de negocio y cartera de productos y modelo de negocio sólo se ha de cumplimentar para aquellas empresas que entren directamente en Módulo 2. Para las empresas que hayan realizado la Parte 1A de Selección de Mercados el informe comienza en el apartado 1.

### La Empresa y su actividad

Incluir una descripción de la empresa y su actividad y aquellos aspectos de mayor interés que ayuden a conocer la empresa y su negocio.

Si se considera interesante para la empresa se puede incluir información y datos procedentes de los Dossiers M1D1 y M1 D2.

### Unidades de negocio y carteras de productos para la exportación

Incluir la información más relevante del análisis de las unidades de negocio efectuado junto con la empresa en la sesión 1 del Módulo 1.

Incluir las matrices y tablas utilizadas durante el análisis con la empresa.

Finalizar el apartado con la selección de la unidad de negocio/cartera de productos sobre la que se va a centrar el plan de internacionalización.

### Análisis Canvas de la Unidad de Negocio para la internacionalización

Incluir información del análisis Canvas que se ha hecho sobre la unidad de negocio elegida, sobre la que se va a diseñar el plan de internacionalización, y que se han trabajado durante las sesiones 2 y 3.



Incluir el lienzo Canvas con los resultados del análisis.

Se puede recoger al final una explicación de las principales conclusiones del mismo.

## 1. País objetivo

---

### “Nombre país”

Determinar el país seleccionado y las razones de su elección.

Se puede incluir toda aquella información que el técnico de la Cámara de Comercio considere relevante sobre el interés de la empresa por el mercado, conocimiento y experiencia que tiene sobre el mismo.

## 2. Análisis del entorno

---

En este apartado se recogen las principales conclusiones del análisis del entorno que pueden afectar de manera positiva o negativa a la estrategia internacional de la empresa. El técnico de la Cámara puede incluir toda aquella información que considere relevante sobre el análisis del entorno.

### 2.1 Entorno político

### 2.2. Entorno económico

### 2.3. Entorno social

### 2.4. Entorno tecnológico

## 3. Análisis situación del sector y ciclo de vida

---

En este apartado se incluye la información que se considere relevante sobre la situación del sector en el país objetivo y el ciclo de vida en el que se encuentra el producto / sector de la empresa.

## **4. Posición competitiva de la empresa y estrategia de acceso al mercado**

---

Este apartado recoge dos puntos importantes:

- Los resultados del análisis de la posición competitiva de la empresa en el mercado.
- La estrategia de acceso a seguir en función de la combinación de la fase del ciclo de vida del producto / sector de la empresa en el mercado y de la posición competitiva que tiene la empresa en el país.

## **5. Segmentación de clientes**

---

Este apartado recoge la información relativa a los segmentos de clientes seleccionados por la empresa.

Se puede incluir toda aquella información que el técnico considere relevante sobre los segmentos, hábitos de consumo y compra y tendencias, a partir de los datos procedentes de los Dossiers de Inteligencia, investigación del propio técnico y aportaciones de la empresa.

## **6. Canales de comercialización**

---

Este apartado recoge la información relativa a los canales de comercialización elegidos por la empresa para acercar sus productos hacia sus segmentos de clientes objetivo.

Se recoge toda la información que se considere relevante para la empresa, a partir de los datos procedentes de los Dossiers de Inteligencia, investigación del propio técnico y aportaciones de la empresa.

## **7. Modelo de negocio en el mercado objetivo**

---

Este apartado recoge información sobre aquella variación que haya podido sufrir el modelo de negocio para su desarrollo en el mercado de destino.

Si no hubiera necesidad de ningún cambio se puede indicar que la empresa desarrollará en el país el mismo modelo de negocio que tiene en el mercado nacional.

Se puede incluir el dibujo del nuevo modelo de negocio siguiendo el lienzo Canvas.

## 8. Perfiles de clientes

---

Este apartado recoge información de los perfiles de clientes que se ajustan al/los segmento/s de clientes de interés para la empresa.

Se pueden incluir los datos de las empresas identificadas y se puede recoger la razón del interés de la empresa por ese perfil.

El objetivo de este apartado es que la empresa tenga recogido el perfil de aquellas empresas que le interesen para que pueda buscar más empresas de ese perfil, por sí misma o con el apoyo de un tercero.

## 9. Decisiones sobre el producto

---

Este apartado recoge todas aquellas consideraciones que sean necesarias para adaptar el producto a los requerimientos y exigencias del mercado.

## 10. Precio de exportación

---

Durante una sesión se ha enseñado a la empresa a calcular el precio de exportación a través de dos técnicas: de origen a destino y de destino a origen.

Este apartado tiene como objetivo recoger el cálculo del precio de exportación y sus principales conclusiones. Se pueden insertar aquellas imágenes de la herramienta de cálculo de precio de exportación que se consideren interesantes.

Si la empresa finalmente ha decidido calcular internamente el precio de exportación (por no compartir datos internos) y la Cámara no dispone del resultado final se puede reflejar en este apartado que se enseñó a la empresa la importancia de calcular bien el precio de exportación, se le enseñó a hacerlo a través de dos técnicas, se le facilitó la herramienta digital para hacerlo y la empresa lo trabajó de manera interna sin compartir los resultados.

## 11. Estrategia de posicionamiento y comunicación

---

Este apartado recoge las conclusiones y resultados derivados del trabajo realizado en el análisis de las ventajas competitivas, propuesta de valor y factores de diferenciación de la empresa en el mercado respecto a la competencia. Puede incluir los mapas de posicionamiento, curvas de valor y aquellas otras herramientas que se hayan utilizado para definir su estrategia de posicionamiento diferenciado en el mercado.

Asimismo, recoge la estrategia de comunicación, marketing y promoción que servirá de apoyo al posicionamiento de la empresa en el mercado.

## **12. Plan de Acción**

---

Este apartado recoge el Plan de Acción definido con la empresa y que se incluye en la estrategia de exportación definida a lo largo de la Fase de Asesoramiento del programa.

El Plan recoge información sobre la actuación a realizar, objetivo que persigue, fecha y plazo de ejecución, responsable y presupuesto.

El Plan de Acción es una herramienta imprescindible para el desarrollo de la estrategia de exportación de la empresa. Sus actividades se podrán apoyar en la Fase de Ayudas del Programa, siempre que sean elegibles dentro del Programa y haya presupuesto para ello.

## **13. Plan Económico y Financiero**

---

Toda estrategia de exportación se sustenta en un Plan Económico y Financiero.

Este apartado recoge los resultados y conclusiones de este último plan.

En el Módulo 4 se ha enseñado a la empresa la importancia que tiene este plan y se le ha enseñado a calcularlo.

El plan recoge un análisis de los ingresos probables, gastos, inversiones y necesidades de financiación.

Si la empresa finalmente ha decidido trabajar internamente este Plan Económico y Financiero (por no compartir información sobre gastos internos) y la Cámara no dispone del resultado final se puede reflejar en este apartado que se concienció a la empresa en la importancia de trabajar bien este plan, se le enseñó a hacerlo y se le facilitó la herramienta digital para que lo pudiera trabajar internamente.

Por último, la Cámara puede incluir aquellos apartados adicionales que considere adecuados y que enriquezca el Informe. El objetivo es que la empresa tenga recogido en un documento el trabajo realizado y la estrategia de exportación definida en la Pate 1B de Acceso al Mercado del Programa.





## Producción del Informe

Cámara de Comercio de  
Incluye información facilitada por la Unidad de Conocimiento de la Dirección de Competitividad  
de la Cámara de España.



## Aviso Legal

2024 | Todos los derechos de Propiedad Intelectual sobre los informes, metodología, herramientas de trabajo y resultados de todo tipo que se manifiesten del Servicio de Asesoramiento XPANDE pertenecen a la Cámara de Comercio de España en exclusividad para todo el mundo y por el tiempo de duración legal de los derechos, de conformidad con lo establecido en el Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de la Propiedad Intelectual, y demás normativa en la materia.

La distribución, modificación, cesión o comunicación pública de los citados contenidos y cualquier otro acto que no haya sido expresamente autorizado por la Cámara de Comercio de España quedan expresamente prohibidos.

La Cámara de Comercio de España se reserva el ejercicio de las acciones civiles, penales o de otro orden que les correspondan en caso de que se produzca una infracción de sus derechos de propiedad intelectual e industrial.