

An aerial night view of a large port facility. Numerous yellow gantry cranes are positioned along the pier, illuminated by their own lights. Several large cargo ships are docked at the piers. The water is dark, reflecting the lights from the port. In the foreground, there are large industrial buildings, including several tall white silos, and a complex network of roads and ramps with light trails from moving vehicles. The sky is a deep blue, suggesting twilight or early night.

# Gestión y Manejo de Modelo de Negocios Internacionales

Abril, 2021

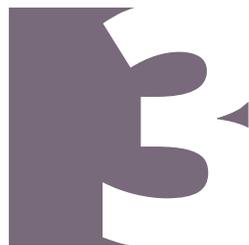
# Agenda



**Definiciones Estratégicas**



**Modelos comerciales**

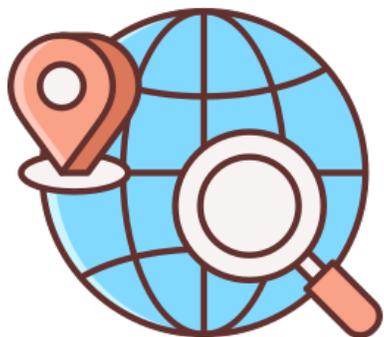


**Gestión Comercial**



# Definiciones Estratégicas

# ¿DE DONDE VENIMOS?



Estrategia Local



Portafolio



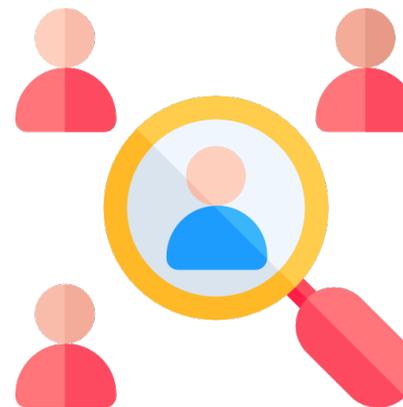
Estructura Logística



Capacidad Productiva



Parámetros Financieros



Equipo Humano

# DEFINICIÓN DE MERCADOS

## Mercados Estratégicos

### DEFINICIÓN

- Portafolio con ventajas competitivas Ej: arancel 0% etc.
- Países que estén dentro del top 5 de países importadores de las categorías donde participamos
- Exista un potencial de volumen representativo en ventas en corto y mediano plazo

### REQUERIMIENTOS

- Inversión en mercadeo y trade (posicionar las marcas)
- Presentaciones que soporten los márgenes de intermediación y garanticen la rentabilidad

### MODELO DE NEGOCIO

- Distribución directa
- Alianzas estratégicas
- Posición propia (Filiales)

## Mercados en Desarrollo

- Existen oportunidades puntuales que se logran consolidar de forma acelerada
- Oportunidad para iniciar el desarrollo de marcas

- Bajos niveles de Inversión de trade enfocados en conocimiento de marca y portafolio (POP básico)

- Distribución indirecta

## Mercados de Oportunidad

- Clientes que consideren nuestro portafolio como productos con potencial de venta
- Cumplan con condiciones mínimas.
- No requieren adaptación o ajustes mínimos en empaques

- No requieren inversión

- Distribución indirecta



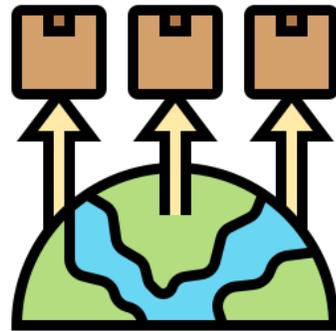
# Modelos Comerciales

# MODELO DE EXPORTACIÓN



Exportaciones Indirectas

- Venta local para exportación



Exportaciones Directas

- Por medio de distribuidores.
- Reducción del riesgo cambiario
- Aprovechamiento de acuerdos comerciales
- Gestión comercial en cada país.



Filiales

- Posición propia.
- Gestión comercial presencial.
- Extensión de la cultura organizacional.
- Nivel de inversión medio – alto.
- Aplicación de normas internacionales.



Alianzas

- Posición “propia”.
- Modelo de gobernanza.
- Nivel de inversión medio – alto.
- Adquirir capacidades complementarias.
- Riesgo compartido.



# Gestión Comercial

# Fase 2 - Distribuidor

## Motivaciones principales:

- Adquirir capacidades complementarias
  - ✓ Fuerza de venta
  - ✓ Infraestructura
  - ✓ Conocimiento del mercado
- Compartir inversión en desarrollo del negocio y marcas.
- Reducir el riesgo en nuevos mercados.
- Acelerar el crecimiento rentable mediante un modelo costo eficiente y competitivo.
- Compartir valores y cultura organizacional.

# Fase 2 - Distribuidor

## Aspectos claves:

- Definir el plan de trabajo anual con revisión y ajustes trimestrales.
- Definición de indicadores
  - ✓ Ventas
  - ✓ Inversión
  - ✓ Penetración
  - ✓ Market share
  - ✓ Cobertura
  - ✓ Visibilidad
  - ✓ Forecast
- Seguimiento del plan mensual.
  - ✓ Reportes.
  - ✓ Reuniones quincenales.
- Capacitación y seguimiento del equipo comercial.

# PLAN DE TRABAJO/DISTRIBUIDORES INTERNACIONALES

- Viaje a país.
- Análisis principales mercados a nivel nacional.
- Análisis categoría por canal.
- Viabilidad financiera
- Definición estrategia de precios
- Definición dinámica comercial.
- Firma acuerdo de confidencialidad.

## Exploración de mercados

## Aprobación proyecto

- Presentación proyecto en la compañía.
- Presentación proyecto por parte del distribuidor.
- Análisis de cliente
- Firma de contrato.
- Creación de cliente
- Inicio Registros marcarios y sanitarios.
- Despliegue interno del inicio del proyecto, implicaciones y pasos a seguir por cada área.

- Desarrollo material POP/Despacho contenedor
- Presentación fuerza de ventas y equipo directivo.
- Capacitación marca y categoría a fuerza de ventas.
- Despliegue de apoyos.

## Lanzamiento

## Definición forma de trabajo

- Definición y envío de formatos de control y seguimiento. Ejemplo: Reporte Trade(mes)/Formato de forecast/Dinámica comercial por canal/mes.
- Roll de cada compañía.
- Lineamientos

- Reunión quincenal:
- Ventas (mes)
- Cubrimiento (mes)
- Demarcación de territorio
- Implementación dinámica comercial
- Inversión (ppto de gastos).
- Competencia.
- Apoyos (comunicación).
- Despachos (comercio exterior).
- Regulatorio.

## Seguimiento

# Fase 3 - Alianzas

## Motivaciones Principales para Realizar una Alianza

- Adquirir capacidades complementarias o infraestructura para acceder a nuevos mercados, canales o negocios
- Reducir o compartir el riesgo en nuevos negocios
- Acelerar el crecimiento rentable mediante un modelo costo eficiente y competitivo

## Razones de Éxito de las Alianzas previas

- Clara alineación de los objetivos a construir en el corto, pero también en el largo plazo
- Efectiva comunicación y confianza
- **Definición del modelo de gobernanza** con claridad en procesos y liderazgo de los proyectos
- Definición clara de los roles y responsabilidades



# Preguntas ?

TAIKU PALDIES ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ TANAN благодаря

SHUKRAN DANKE TERMA KASSIH DÍKY

GRATIAS 감사합니 MATONDO MAAKE NANNI DIAKUIU

HVALA THANK MERCI МОЧЧАККЕРАМ DIOLCH

TĀNAN YOU SPASIBO дякую FALEMINDERIT

# GRACIAS

תודה ASANTE CHOKRANE ESKERRAK GRAZIE  
MISAOTRA

谢谢 OBRIGADO ARIGATO VINAKA

SULPÁY SPASIBO

DIOLCH ACIU DIOLCH WELALIN TAK KÖSZÖNÖM

EKELE NGIYABONGA MATUR NUWUN KIITOS DZIĘKUJĘ