

# EL ENTORNO DE LA PYME en la negociación internacional

EXTRACTO



# OBJETIVOS

1. Identificar los factores que caracterizan a las PYMEs en los procesos de negociación internacional.
2. Conocer herramientas de análisis y preparación de los procesos de negociación internacional en el entorno específico de las PYMEs.
3. Desarrollar habilidades en las negociaciones internacionales para PYMEs con una visión realista, que desestima tendencias autolimitadoras.

EXTRACTO

# CONTENIDO

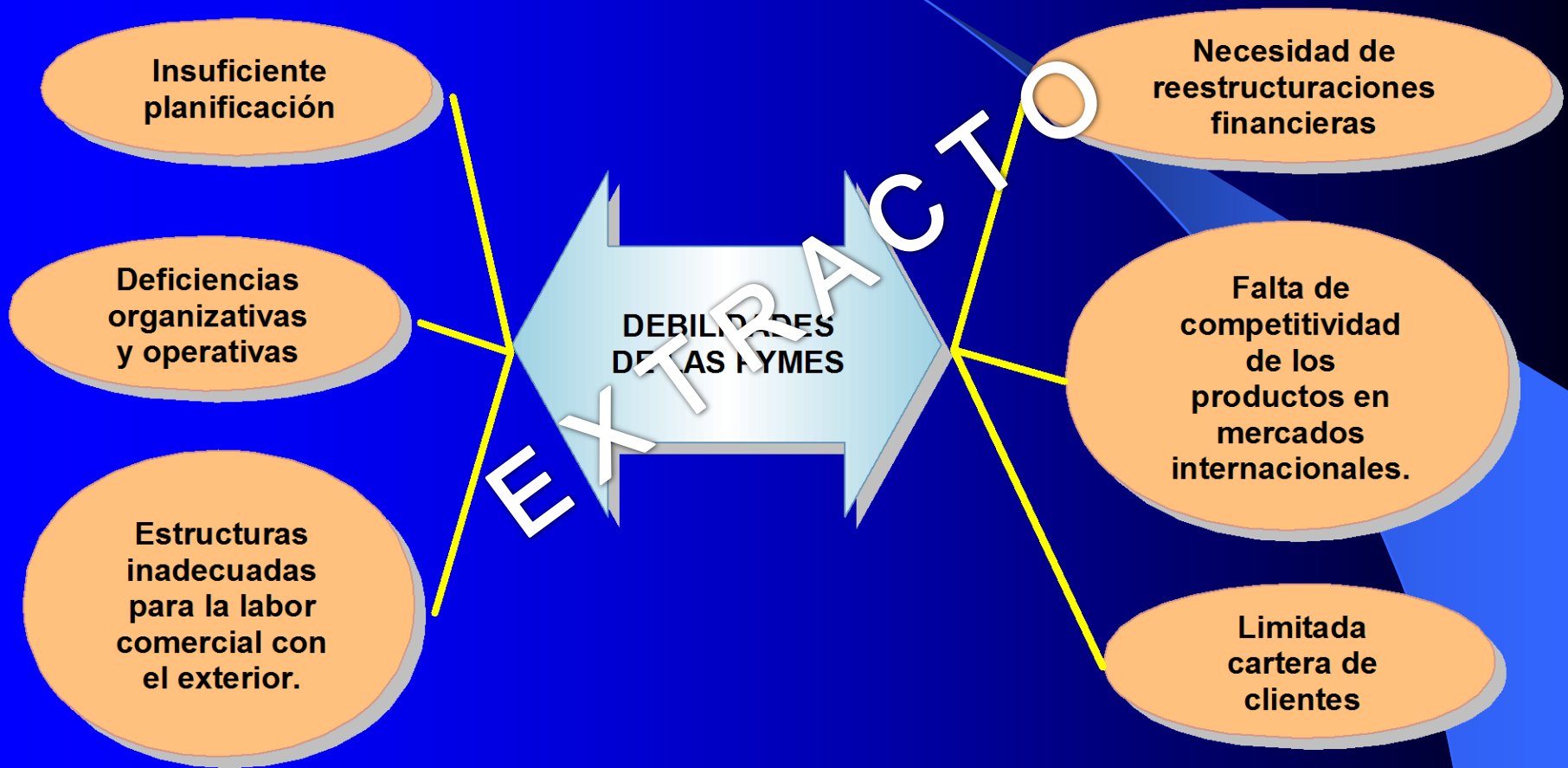
## 1. PARTICULARIDADES DE LA PYME FRENTE A LA NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

- La limitación de las estructuras de internacionalización.
- Aspectos financieros de la negociación internacional.
- La gestión del riesgo.
- El factor Tiempo.
- Recursos humanos.

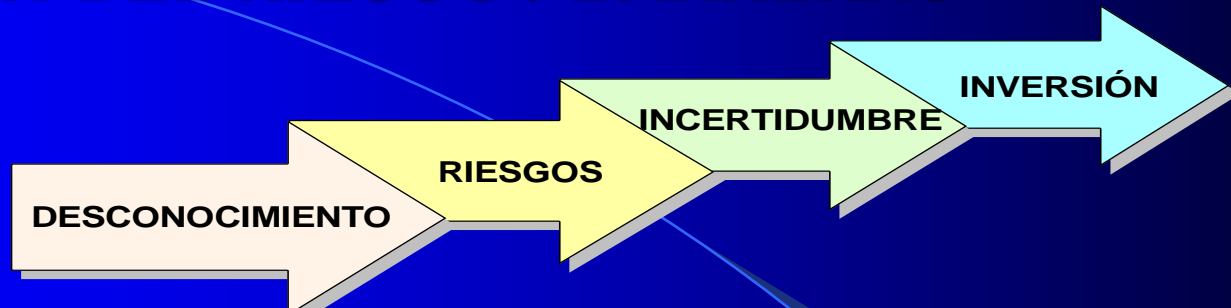
## 2. PREPARACIÓN DE LA PYME PARA LA NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

- Situar la negociación internacional dentro del marco estratégico de la empresa.
- Definición de los objetivos de la negociación.
- Análisis previo de las consecuencias del éxito o del fracaso de una negociación internacional.
- ¿Quién negocia?
- Preparar el entorno jurídico, financiero y técnico de una negociación.
- La PYME frente a la evaluación y toma de decisiones en el proceso de negociación internacional: Capacidad para la toma de decisiones en tiempo real.

# DEBILIDADES DE LAS PYMES



# LA GESTIÓN DEL RIESGO / BARRERAS



DESCONOCIMIENTO	INCERTIDUMBRE	RIESGOS	INVERSIÓN
<b>País:</b> Idiomas, demografía cultura, raíces, hábitos y zonas geográficas.	Carencia de un compromiso serio entre los involucrados en el proyecto.	Falta de adaptación de las actividades primordiales en un entorno extraño.	Necesidad de una solidez económica, técnica y de apoyo en el país destino.
<b>Mercado:</b> Los productos similares que en él se ofrecen, los precios de venta, la competencia.	Ausencia de contactos con entidades públicas y de cumplimiento de requisitos.	Inexistencia de un plan estratégico, claro y completo que soporte las acciones a ejecutar en el exterior.	Requerimiento de una estructura según la magnitud de las actividades realizadas.
Cultura empresarial, terminología empleada, tipos de reuniones, horarios, contactos.	Incapacidad de una organización compartida a través de consorcios o clusters	<b>FALTA DE DISPONIBILIDAD DE PERSONAS EN PUESTOS CLAVES, CON FORMACIÓN Y MENTALIDAD INTERNACIONAL</b>	
Difícil acceso a la estructura político administrativa del país, los canales de comunicación y procedimientos existentes.			

# DEBILIDADES DE LOS R.H. PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA PYME



# LA NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL DENTRO DEL MARCO ESTRATÉGICO DE LA PYME



- ▶ Análisis completo del mercado.
- ▶ Lograr un equilibrio entre la calidad / servicio / precio de los productos.
- ▶ Lograr una buena imagen de marca.

- ▶ Conocimiento del marco legal, económico, político, social y cultural.
- ▶ Optimizar el conocimiento, relación y uso de las administraciones y ayudas públicas.

- ▶ Entender el proceso como una actividad permanente en el exterior.
- ▶ Fortalecer la Pyme matriz para soportar y apoyar el proyecto.
- ▶ Formación internacional del personal.
- ▶ Ajustar la estructura, organización y procesos ante las nuevas necesidades.
- ▶ Diseñar una estrategia financiera específica para el nuevo proceso en el exterior.
- ▶ Considerar el proyecto con constancia y disciplina.

# ¿QUIÉN NEGOCIA?

## PERFIL DEL NEGOCIADOR DE LA PYME

- Directivo y/o miembro de la familia.
- Perfil empírico o con una base de formación teórica más amplia.
- Enfoque más comercial que estratégico.
- Estrategia negociadora distributiva, cuidando mucho los márgenes.
- Proceso de negociación a corto plazo que da lugar a una sucesión de intercambios comerciales.
- No considera en primera instancia acuerdos marcos de creación de alianzas y asociaciones más amplias.
- Negocia desde sus posiciones culturales.

## BASES PARA POTENCIAR EL PERFIL

- Entrenamiento en negociación multicultural.
- Detección de oportunidades basadas en la inteligencia de mercados.
- Entidades de apoyo al comercio internacional para preparar las estrategias de negociación.
- Información sobre investig. de mercado para definir productos con potencial exportador.
- Vías para compensar las limitaciones de internacionalización y personalizarlas según la empresa, controlando las variables críticas en el objetivo y los acuerdos de la negociación.