

EXPLORANDO NUEVOS MERCADOS.
El papel de una consultora internacional de negocios.

Una mirada desde España

IMASDI

24 de septiembre 2024

Introducción

Mayor protagonismo de las FGNE

Abundan las importaciones

Necesidad de equilibrar la balanza comercial

Actores económico. Estructura y desempeño

Actores	Cantidad	%
Entidades estatales	2674	0,4
<i>Mipymes</i>	233	
Empresas mixtas	120	0,0
Mipymes privadas	11046	1,8
Cooperativas	5133	0,8
<i>No Agropecuarias</i>	71	
TCP	598270	96,9

Actividad económica principal de MIPYMES Y CNA	%
Gastronomía y alojamiento	22,8
Construcción	19,7
Industrias manufactureras	17,5
Producción de alimentos y bebidas	13,4
Reparación de vehículos	5,3
Transporte	5,3
Servicios personales y técnicos	4,6
Comercio	3,8
Actividades de informática	2,7
Otras actividades	5,0

FGNE

Importaciones ≈ 900 MMUSD

MIPYMES 622 MMUSD – 70%

Exportaciones 15.7 MMUSD (Carbón vegetal y servicios de desarrollo y soporte de aplicaciones informáticas)

Duplican la ejecución del 2023

| Internacionalización de las empresas

Asomarse al exterior

Ofrecer nuestros bienes y servicios

Ser atractivos y competitivos

Beneficios de la internacionalización.

EMPRESAS

1. Diversificación del Riesgo

Reducción de la dependencia del mercado local
Estabilidad ante la volatilidad económica

2. Escalabilidad

Al expandirse al exterior, pueden aumentar su producción y aprovechar economías de escala, lo que genera eficiencia y una mayor rentabilidad

3. Mejora de la Competitividad

Innovación y mejora continua: La competencia más intensa obliga mejorar la calidad de sus productos, ser más innovadoras y optimizar sus procesos.

4. Aprovechamiento de Ventajas Competitivas

Exportar permite aprovechar estas ventajas en mercados internacionales donde la demanda por estos productos es mayor: biotecnología, la agroindustria y el turismo, software

Beneficios de la internacionalización.

EMPRESAS

5. Fortalecimiento de la Marca y Reputación

Presencia en mercado internacional añade prestigio a las empresas.

Oportunidad nuevas colaboraciones y asociaciones estratégicas, tanto locales como internacionales.

6. Oportunidades en Mercados de Nicho

Productos cubanos con demanda en mercados específicos: Aprovechar estos nichos de mercado puede ser una vía efectiva para posicionarse internacionalmente.

7. Contribución al Desarrollo Económico del País

Impacto en la economía nacional: Aumentar las exportaciones contribuye a mejorar la balanza comercial, atraer divisas y generar empleos.

Beneficios de la internacionalización.

PAÍS DE ORIGEN

Efecto SEDE

Efecto arrastre: los proveedores de la empresa siguen sus pasos de expansión

Subcontratación: la empresa subcontrata servicios centrales a empresas de consultoría y servicios en el país de origen

Demostración: la expansión internacional de la empresa ayuda a otras empresas a reducir las asimetrías de información y la incertidumbre

Desarrollo de mercados: la expansión internacional de la empresa contribuye a aumentar, profundizar y especializar los mercados de trabajo y de capitales en el país de origen.

Diplomático: la empresa multinacional ayuda a la proyección internacional del país.

Imagen y prestigio: contribuye a crear una imagen de prestigio y calidad en el mundo de la que se puede beneficiar todo el país de origen.

La exportación como estrategia

La exportación es la estrategia más sencilla de la internacionalización

El Crecimiento de la Empresa



Mercado interior.
Exportación esporádica.
Exportación sistemática.
Alianzas para la distribución.
Inversión en canales de distribución.
Producción en el exterior.
I+D en el exterior
Coordinación global de operaciones.

Retos para la empresa cubana

Situación de bloqueo

- Limita el acceso de Cuba a uno de mercados más grandes y frena el interés de empresas extranjeras en Cuba.

Falta de acceso a divisas

- **Dificultades para operar con divisas extranjeras:** dificulta la compra de insumos para la producción de bienes exportables y limita su capacidad para realizar transacciones internacionales.

Limitada infraestructura logística

- **Infraestructura deficiente:**
- **Capacidades limitadas de almacenamiento y distribución**

Cuba carece de una infraestructura logística moderna y eficiente limitar la capacidad de las empresas para exportar productos sensibles, como alimentos (frutas) o productos perecederos.

Retos para la empresa cubana

Problemas de competitividad y calidad

- Altos costos de producción: falta de acceso a insumos importados, tecnología y maquinaria avanzada. Dificulta la competencia precio y calidad en los mercados internacionales.
- Cumplimiento de normativas internacionales: falta de infraestructura o recursos para cumplir con estos requisitos

Acceso limitado a mercados internacionales

- Falta de tratados comerciales

Dificultad para acceder a financiamiento

- Limitado apoyo financiero local
- Limitaciones de financiamiento internacional: *programas de organismos multilaterales. Préstamos de honor.*

Retos para la empresa cubana

8. Dificultades en la promoción internacional

- Falta de presencia global
- Desconocimiento de mercados externos

9. Poca diversificación de exportaciones

- Concentración en pocos sectores: tabaco, ron, el níquel, turismo
- **Innovación limitada:** valor añadido (VC), clave en los mercados internacionales.

Quiero exportar

a. Investigación de mercado

Herramientas de investigación de mercado

Trade Map: Herramienta del Centro de Comercio Internacional que proporciona estadísticas de comercio mundial, volúmenes de exportación e importación, tarifas arancelarias y análisis detallado por productos y países.

Observatorio Económico Mundial (OEC): Plataforma gratuita que muestra información sobre las exportaciones, importaciones y flujos comerciales de cada país. Proporciona análisis visuales y gráficos sobre la evolución de productos en diferentes mercados.

Quiero exportar

a. Investigación de mercado

Organismos para la promoción del comercio exterior

Información sobre mercados internacionales, estudios de mercado, y oportunidades sectoriales.

ProChile, ProColombia, ICEX, otros.

Quiero exportar

a. Investigación de mercado

Programas de apoyo a la exportación

Organismos multilaterales

- a. PNUD
- b. UNFPA
- c. UNESCO
- d. UNICEF
- e. Agencias de Cooperación Embajadas
- f. AICS

Quiero exportar

a. Investigación de mercado

Ferias internacionales

Excelente herramienta para conocer directamente a compradores, distribuidores y socios potenciales.

Quiero exportar

Investigación de mercado

Misiones comerciales



Quiero exportar

b. Alianzas estratégicas

Agentes comerciales

Representante de la empresa exportadora en el mercado extranjero. No compran los productos; simplemente gestionan las ventas a cambio de una comisión.

Quiero exportar

b. Alianzas estratégicas

Distribuidores

Empresas mayoristas, con conocimiento del mercado, red de distribución propia. Asumen los riesgos económicos.

Quiero exportar

b. Alianzas estratégicas

Empresas comerciales

Trading companies, actúan como intermediarios que compran productos de varias empresas y los venden en mercados locales. Estas empresas suelen tener una red de contactos y experiencia en múltiples mercados.

Quiero exportar

b. Alianzas estratégicas

Consorcios de exportación

Un consorcio de exportación es una agrupación de empresas que se asocian para compartir recursos y acceder colectivamente a mercados internacionales. Estas empresas pueden colaborar en la producción, la logística y la comercialización de sus productos.

Quiero exportar

b. Alianzas estratégicas

Piggybacking (Viajar a cuestras)

Utilizar los canales de distribución de una empresa más grande o establecida para acceder a un nuevo mercado.

Quiero exportar

b. Alianzas estratégicas

Export Management Companies (EMCs)

Empresas especializadas que gestionan todo el proceso de exportación para varias compañías. Actúan como un departamento de exportación subcontratado, encargándose de todas las operaciones de exportación, desde la búsqueda de clientes hasta la logística.

| Quiero exportar

c. La comunicación corporativa

d. Canales de venta online

Gracias por su atención

Sarkis Brsoyan

Co-Director IMASDI

sbrsoyan@dissetconsultors.com

+53 50667945

Comienza el camino de algo grande

LA HABANA

Calle 1ra no. 201, esquina B,
piso 16, torre B, salón 1.
Vedado, Plaza de la Revolución

T (+53) 7 8350403
M (+53) 5 1968896
consultor@imasdiconsultores.com

www.imasdiconsultores.com

MALLORCA

Sor Francinaina Cirer, 8b
07350 Binissalem. España

T +34 971 870 348
apons@dissetconsultors.com

www.dissetconsultors.com

IMASDI