

Lean Management per exportar millor



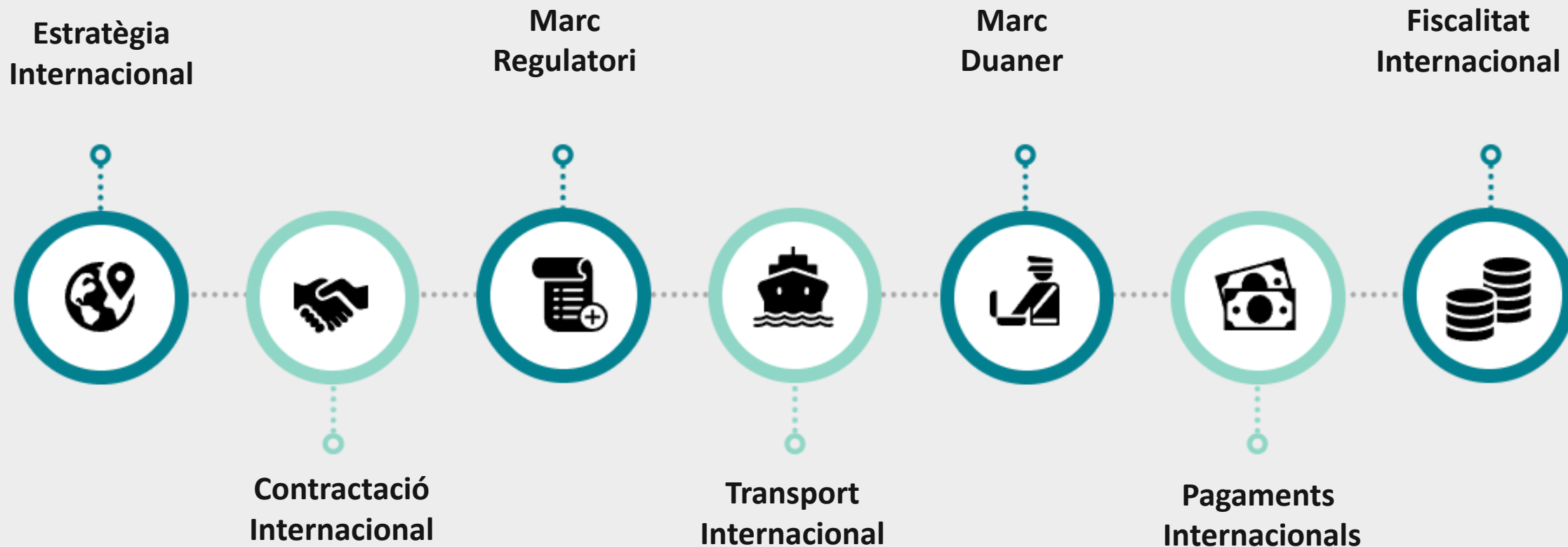
Què és el Lean Management?

El Lean és un mètode que busca optimitzar els processos de gestió de l'empresa, perquè aquest utilitzi menys recursos, de manera que qualsevol procés esdevingui més eficient. La seva màxima està en reduir la inversió, el temps i l'esforç



Principals àmbits de l'exportació:

3



1. Estratègia Internacional



**Pla de promoció
internacional**



**Promoció
internacional**



**Estratègia
d'entrada**



**Estratègia
de preus**

Pla de Promoció internacional



■ Estructura d'un PPI:

- 1 • DAFO - Anàlisi Empresa & sector
- 2 • Selecció del mercat potencial
- 3 • Producte Potencial a exportar
- 4 • Canal de distribució
- 5 • Perfil Client Potencial
- 6 • Preu en destí
- 7 • Pla de Promoció del mercat potencial
- 8 • Gestió de Logística & Fiscalitat
- 9 • Equip Humà executor
- 9 • Calendari d'actuacions



Preneu-vos el temps suficient per recollir informació rellevant de la demanda del vostre producte, tipologia de consumidor final, competència, lleis d'importació locals, costums, requisits i altres factors importants en el mercat objectiu.

Estratègia d'entrada



■ Mètodes d'entrada:

- Exportació Directe
- Exportació Indirecte
- Partenariat
- Implantació
- Canal Online



Planifiquen acuradament les vostres aliances i presteu molta atenció a les qualificacions dels agents, distribuïdors o partner amb els que voleu treballar.

■ Figures d'entrada:

- Importador
- Distribuïdor
- Agent
- Partner



Abans de signar un contracte, valoreu fer una prova d'execució de curt termini a través d'una carta d'intencions.



Promoció internacional

■ Promoció:

- Email Marketing
- Telefònica
- Red socials
- Assistència a fires
- Visites personals
- Plataformes B2B
- Premsa

■ Prospecció de clients:

- Assistència a fires
- Plataformes B2B
- Oficines Acció
- Catalonia Trade Portal
- Entitats d'exportació

■ Material de Marketing:

- Elevator Pitch
- Targeta de visita
- Catàlegs
- Casos d'èxit
- Vídeos
- Web



El vostre material promocional hauria d'estar traduït a l'idioma del país. Assegureu-vos d'utilitzar traductors locals per garantir la eficàcia intercultural quan es comunica mitjançant l'ús de text i/o imatgeria.



Definir la estratègia de preus

Factors a considerar per definir el preu en destí: cost de producció + marge de benefici , cost de distribució, competència i demanda en el mercat.



8

■ Costos a considerar per definir el preu:

Màrqueting i promoció

- materials promocional
- honoraris d'agent/distribuïdor
- publicitat
- viatges
- fires internacionals

Transport

- cost del transport
- etiquetatge / embalatge
- emmagatzematge
- assegurances

Documentació

- preparació de documents
- honoraris del transitari

Producció

- cost unitari de fabricació
- modificació del producte
- costos d'R+D

Finançament

- interessos
- fluctuacions del tipus de canvi



Check List

9

Pla de Promoció Internacional	✓ Es recomanable revisar i definir l'estratègia internacional per marcar els objectius i les directius a seguir anualment. Tot l'equip de l'empresa ha de ser conscient i col·laborar per aconseguir-ho. ✓ Si ens plantejem exportar a nous països es indispensable redactar un pla de promoció internacional. És vital estudiar la demanada, tipologia de client final, competència, lleis d'importació locals, costums, requisits i altres factors en el mercat objectiu.
Estratègia d'entrada	✓ L'estratègia d'entrada dependrà en gran mesura de la idiosincràsia del país. Planifiquen acuradament les aliances i estudieu detalladament les qualificacions de la figura amb qui voleu treballar (la seva solvència, demanar referències...) ✓ Abans de signar algun contracte, valoreu l'opció de fer una prova pilot per conèixer la seva manera de treballar.
Definir l'estratègia de preus	✓ Preveure els costos variables, com poden ser, l'adaptació del producte, l'obtenció de certificacions, la inversió en Marketing, etc són claus per definir el preu del producte i mantenir els marges de beneficis necessaris.



Check List

10

Promoció Internacional

- ✓ **Dissenyar una estratègia de Marketing**, tant online, com offline, és vital per la promoció comercial a nivell internacional. S'ha de tenir present que s'haurà **d'adaptar l'estratègia** a cada **mercat** i als seus canals de comunicació més emprats.
- ✓ És indispensable **crear una metodologia de treball**: per les trucades telefòniques i campanyes de mail Marketing, tant de prospecció, argumentació o tancament de comandes.
- ✓ Disposar d'un bon **Elevator Pitch** és clau tant per la venda telefònica, com per atraure nous clients en una fira o fer networking.
- ✓ Es necessari tenir un **calendari de planificació** de l'estratègia de Marketing digital i dotar d'un pressupost aquesta partida.
- ✓ Un **quadre de comandament** permetrà visualitzar el grau d'assoliment dels objectius marcats.

Recerca de clients potencials

- ✓ Estar present en **plataformes B2B** pot donar visibilitat a l'empresa i pot ser una font per captar clients.
- ✓ Participar en **fires internacionals** de referencia del sector.
- ✓ El **Catalonia Trade Portal** permet descarregar-se llistats d'importadors gratuïtament.
- ✓ Estar assabentat dels **serveis de recerca de clients potencials a l'exterior** que s'ofereixen des d'Acció o altres entitats dedicades a la internacionalització.

2. Contractació Internacional



**Tipus de contractes
internacionals**



**Clàusules
contractuals**



**Protecció Propietat
Industrial i Intel·lectual**



**Condicions de
distribució**

Tipus de contractes internacionals



■ Contractes internacionals:

Les Cambres de Comerç venen models de contractes internacionals.



12



Contracte de compraventa



Contracte de joint venture



Contrate de distribució



Contracte de suministro



Contracte d'agència



Contracte de franquicia



■ Clàusules a considerar:

- ❖ Parts del contracte
- ❖ Naturalesa del contracte
- ❖ Obligacions i responsabilitats
- ❖ Productes objectes de revenda
- ❖ Territori permès de revenda
- ❖ Durada del contracte
- ❖ Clàusula d'exclusivitat
- ❖ Preu del producte
- ❖ Volum mínim de compra anual
- ❖ Forma de pagament
- ❖ Terminació del contracte
- ❖ Protecció de la propietat industrial
- ❖ Clàusula de no competència
- ❖ Llei aplicable

Clàusules contractuals



Evitar l'ús de plantilles genèriques de contractes, doncs poden no complir amb les lleis d'aplicació dels països de las parts contractants.



Revisar el contracte per un despatx d'advocats

Protecció Propietat Intel·lectual i Industrial



■ Què podem registrar?

Drets de propietat intel·lectual	Drets de propietat industrial
Relacionats amb les creacions de la ment, com són: ✓ Invencions ✓ Obres literàries i artístiques ✓ Símbols ✓ Copyright o drets d'autor	Relacionats amb les creacions de la indústria, com són: ✓ Patents ✓ Models d'utilitat ✓ Marques i signes distintius ✓ Dissenys i dibuixos industrials ✓ Indicacions geogràfiques ✓ Secrets comercials o industrials

■ El marc normatiu

- **Lleis nacionals:** cada país disposa d'una Oficina Tècnica responsable de la regulació i la gestió d'aquests drets de protecció i registre al país.
- **Lleis internacionals:** busquen agilitzar els tràmits i facilitar una protecció supranacional, amb instruments com el tracte nacional i l'establiment d'un procés comú de concessió.
- **Acords marc:** asseuen les bases de la legislació anterior i estableixen els requisits mínims de concessió.

14



Beneficis de fer el registre:
Evitar plagis
Garantia d'ús exclusiu
Distinció davant la competència
Augmentar el valor
Possibilitat de llicenciar l'ús de la PI



Hi ha diversos mètodes per registrar la propietat intel·lectual i/o industrial en un país estranger. En primer lloc, és útil decidir en quants països s'ha de presentar la marca. A partir d'aquí, podràs escollir el mètode més apropiat.



■ Llistat amb les condicions de distribució:

- ❖ MOQ: Quantitat mínima de compra
- ❖ Lloc recollida comanda
- ❖ Condicions de pagament
- ❖ Temps mínim de producció
- ❖ Correu confirmació de comandes
- ❖ Servei Post Venta
- ❖ Especificacions del productes
- ❖ Descripcions del producte
- ❖ Normes de seguretat
- ❖ Detalls de l'embalatge del transport
- ❖ Marketing promocional ofert
- ❖ Garanties

Condicions de distribució



Incloure els temes més habituals en el procés de negociació amb el client



Check List

16

Contractes Internacionals	✓ Les plantilles genèriques de contractes, poden incomplir amb les lleis d'aplicació dels països de les parts contractants. Es recomana deixar-se assessorar per un despatx d'advocats. ✓ Depenen del país o de l'operació, serà imprescindible comptar amb la supervisió d'un despatx d'advocats.
Clàusules contractuals	✓ Abans de signar un contracte internacional, l'empresa ha d'estar segura que podrà complir amb totes les clàusules contractuals proposades. ✓ Evitar les ambigüitats en la redacció de les clàusules. L'escrit del contracte ha d'estar clar per ambdues parts.
Propietat Intel·lectual i Industrial	✓ Valorar l'opció de registrar els drets de propietat industrial i/o intel·lectual per evitar plagis en el país de destí i augmentar el valor de la teva empresa. ✓ Segons el número de països en el que vulguis registrar la marca o patent, hauràs de seguir un procediment de registre a nivell nacional, regional o internacional.
Condicions de distribució	✓ Valora crear un document que esmenti els tots temes més habituals que es comenten durant la negociació, per tal de facilitar la comunicació i ser més eficients en la gestió del temps.

3. Procediments duaners



**Classificació
Aranzelària**



Aranzels



**Normes
d'origen**



Acords bilaterals



Classificació Aranzelària

■ Què és?

És un codi numèric que permet identificar el producte que estem important o exportant per les duanes a nivell mundial.

■ Finalitat:

- Identificar els aranzels i política comercial aplicables
- Detectar si el producte està subjecte a inspeccions
- Estadístiques

■ Com identificar-lo?



TARIC-
UNION
EUROPEA



AGENCIA
TRIBUTARIA



CAMBRES
DE
COMERÇ



En cas de tenir dubtes o problemes a l'hora d'identificar un codi aranzelari, es recomana fer una consulta a l'Agència Tributaria per obtenir un **Taric Vinculant**



■ Què és un certificat d'origen?

És un document formal que determina el país en què ha estat fabricada la mercaderia

■ Qui l'expedeix?

- Cambres de Comerç
- Organisme duaners acreditats

■ Tipus de certificats:



Origen preferencial
(amb acord bilateral)



Origen no preferencial
(sense acord bilateral)



El certificat d'origen és d'ús exclusiu per a països amb els quals no hi ha acords bilaterals. Amb els que sí que n'hi ha, cal emprar el certificat d'origen preferencial i beneficiar-se així dels acords comercials, entre els quals:

- ✓ EUR1
- ✓ EUR-MED
- ✓ EUR2
- ✓ FORM A
- ✓ ATR1



Acords Bilaterals

■ Què són?

Són tractats entre dos o més països per afavorir unes relacions i condicions més favorables en els intercanvis comercials

■ Quins beneficis tenen?

- Aranzels inferiors o nuls
- Procediments duaners més simples i ràpids
- Reconeixement de certificats de producte
- Mobilitat del personal
- Accés a les licitacions públiques

■ Tipus d'acords:

	Alliberament Comercial Comú	Política Comercial Comuna	Lliure Moviment de factors	Política Fiscal, monetària i govern comú
TLC	Si			
Unió Duanera	Si	Si		
Mercat Comú	Si	Si	Si	
Unió Econòmica	Si	Si	Si	Si
Unió Política	Si	Si	Si	Si



Acords comercials de la UE amb països tercers:

La UE té signats 70 acords preferencials

Els TLC més rellevants són:

- ✓ EU- Canadà
- ✓ EU - Japó
- ✓ EU- Mercosur
- ✓ EU – Vietnam
- ✓ EU- Singapur
- ✓ EU - Mèxic

Els TLC en negociació són:

- ✓ EU – Austràlia
- ✓ EU – Nova Zelanda

I si no hi ha acord comercial?

Caldrà aplicar les regles de comerç de la OMC

Aranzels



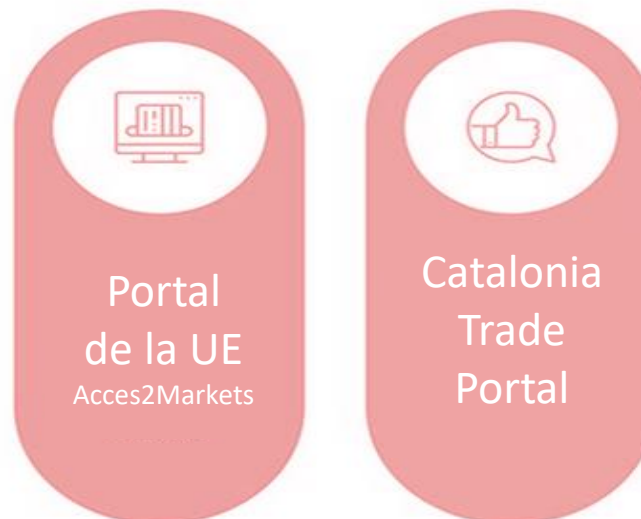
■ Què són?

Els Impostos que carreguen els béns quan són importats o exportats

■ Quins factors defineixen l'arancel d'aplicació?

- ✓ Origen de la mercaderia
- ✓ Classificació aranzelària
- ✓ Valor en la duana
- ✓ Existència d'acords bilaterals

■ Exemples de cercadors per identificar els aranzels:



21



- ✓ Les operacions dins l'espai econòmic europeu estan exemptes del pagament d'aranzels
- ✓ Les tarifes comunes de la unió duanera de la Unió Europea són d'aplicació a les mercaderies provinents de l'exterior d'Europa
- ✓ Reducció aranzelària o eliminació gràcies als acords comercials amb origen preferencial



Check List

22

Classificació Aranzelària	✓ Tenir identificada i disposar de la classificació aranzelària dels productes és clau per procedir amb les gestions duaneres. ✓ En cas de dubtes sobre la classificació, es recomana sol·licitar un TARIC vinculant.
Normes d'origen	✓ Identificar l'origen de la mercaderia és essencial per determinar si el producte és d'origen preferencial o no preferencial. ✓ El certificat d'origen és d'ús exclusiu per a països que no tinguin acords bilaterals. Si existeix acord bilateral, s'ha d'utilitzar el certificat preferencial corresponent per beneficiar-se.
Acords bilaterals	✓ La UE té signat 70 acords preferencials arreu del món, conèixer-los pot obrir les portes a nous mercats potencials per les empreses.
Aranzels	✓ És indispensable conèixer l'origen de la mercaderia, la seva classificació, el valor en duanes i l'existència d'acord comercial per identificar-los.

4. Regulació en destí



Marc regulatori



Normalització



Certificacions



Inspeccions

Marc Regulatori

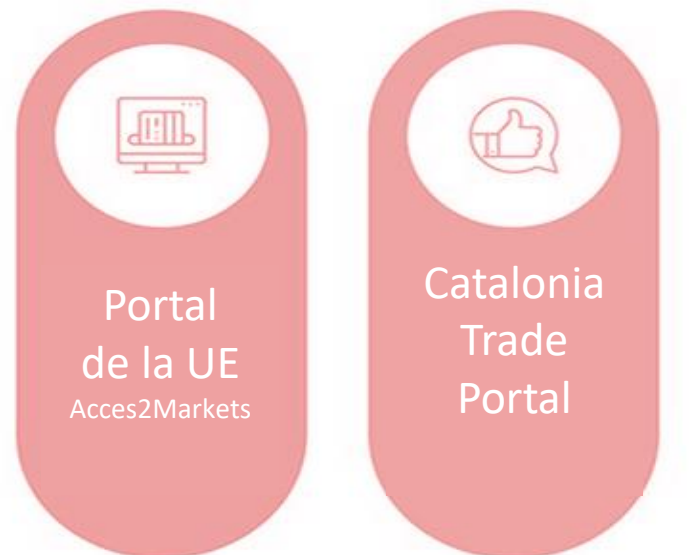


■ **Mercat Comunitari vs. Mercats fora UE**

■ **Àmbits regulatoris a tenir en compte abans d'exportar:**

- ✓ Estàndards de qualitat
- ✓ Normes tècniques
- ✓ Certificacions
- ✓ Llicències prèvies
- ✓ Inspecciones preembarcament

■ **Cercadors per identificar les regulacions en destí:**



El primer pas per plantejar-se exportar a un país és assegurar-se de poder complir amb la normativa i regulació exigida en el mercat de destí.



Normalització

■ Què són?

Són els requeriments i les especificacions tècniques establerts per consens per organismes reconeguts a nivell nacional, regional o mundial i generalment són d'aplicació voluntària.

■ Tipus de normes:



Caràcter Nacional
(Normes UNE aprovades por AENOR)



Caràcter Regional
(Organismo Europeo de Normalització)



Caràcter Internacional
(ISO – Organització Internacional de Estandardització)



Tot i que la majoria de normes no són de de caràcter obligatori per accedir al mercat, no vol dir que no sigui un requisit imprescindible per poder distribuir al mercat de destinació



Certificacions

■ Què són?

Són garanties emeses per entitats que validem el compliment de qualitat d'un procés, producte o servei, conforme amb uns requisits específics definits per la normalització.

■ Beneficis per l'empresa:

- Permet accedir a nous mercats
- Generar més confiança per als clients
- Garanteix la competitivitat i la productivitat de l'empresa
- Disminueixen la probabilitat de retirar un producte

■ Tipus de certificacions:



Obligatòries
(Exigides pels governs)



Voluntàries
(Exigides pels clients)



Els requisits i les normes dels productes i serveis varien considerablement d'un país a un altre, per la qual cosa pot resultar costós obtenir diferents certificacions per a cada mercat. És important escollir la certificació més adequada segons el producte, servei i/o mercat.

Exemples de certificacions:

- EU Ecolabel
- Global G.A.P
- IFS
- ISO 9001
- ISO 14001
- ISO 22000
- Kosher



Inspeccions

Finalitat:

Les inspeccions de mercaderies serveixen per assegurar que allò que s'importa/exporta coincideix amb l'objecte de la transacció comercial internacional i és conforme amb la normativa del país importador.

Quan es pot sol·licitar una inspecció?

- Preembarcament
- En iniciar la producció
- Durant la producció
- Producte acabat
- Supervisió de càrrega
- Presa de mostres

Caràcter de les inspeccions:



Obligatòries
(Exigides pels governs)



Voluntàries
(Exigides pels clients)



Treballar amb operadors professionals ajuda a gestionar de forma adequada les possibles inspeccions.

Sistematitzar els processos i fer *check list* redueix els possibles errors durant les inspeccions.



Check List

28

Marc Regulatori	✓ El primer pas per plantejar-se exportar s un país, és assegurar-se de poder complir amb la normativa i regulació exigida en el mercat de destí. ✓ Els serveis del Catalonia Trade Portal i el TradeDesk poden ser de gran utilitat per fer aquesta investigació.
Normativa	✓ Tot i que el compliment de la normativa no és de caràcter obligatori per accedir al mercat, no vol dir que no sigui un requisit imprescindible per distribuir en el mercat objectiu. ✓ Tant l'importador com l'exportador han d'estar informat de la normativa tècnica emprada al país i de les normes nacionals
Certificacions	✓ Els requisits, les normes dels productes i serveis varien considerablement d'un país a un altre, per la qual cosa pot resultar costós obtenir diferents certificacions per a cada mercat. És important escollir la certificació més adequada segons el producte, servei i/o mercat. ✓ És de vital importància presentar les certificacions de caràcter obligatori per poder exportar.
Inspeccions	✓ Treballar amb consultores especialitzades i operadors professionals pot ajudar-vos a gestionar de forma adequada les possibles inspeccions. ✓ És de vital importància superar les inspeccions per poder exportar.

5. Fiscalitat Internacional



Factura amb o sense IVA



IVA – Vendes intracomunitàries



IVA - Exportacions



Factura amb o sense IVA

■ Requisits Indispensables per facturar sense IVA

- ❖ **La destinació:** fora Espanya dins de la UE o fora de l'UE
- ❖ **Els subjectes:** L'adquirent i el transmissor han de professionals.
- ❖ **Vendes Intracomunitàries:** Els subjectes han d'estar registrats en el cens VIES (ROI).
- ❖ **Exportacions:** EORI – Número de registre e identificació d'operador econòmic a la UE



IVA – Vendes intracomunitàries

■ Tràmits i obligacions fiscals per operacions intracomunitàries:

■ **Registre Operadors Intracomunitaris (ROI):**

S'haurà de sol·licitar a l'Administració tributària l'alta al Registre d'operadors intracomunitaris mitjançant la presentació de la corresponent declaració censal.

■ **Model 303 i 390:**

Els lliuraments intracomunitaris han d'informar-se a les autoliquidacions de l'IVA, així com al resum anual de l'impost (models 303 i 390, respectivament).

■ **Model 349:**

Els lliuraments intracomunitaris s'han de consignar a la declaració recapitulària d'operacions intracomunitàries (model 349).

■ **Intrastat:**

S'haurà de presentar la declaració d'Intrastat d'expedició si el volum de lliuraments intracomunitaris excedeix el llindar de 400.000 euros



IVA - Exportacions

■ Tràmits i obligacions fiscals per les exportacions:

■ Model 303 i 390:

Les exportacions realitzades s'han d'informar a les autoliquidacions de l'IVA, així com al resum anual de l'impost (models 303 i 390, respectivament).

■ EORI:

És un nombre (compost per les lletres ES seguides del NIF de la societat) expedit per l'Agència Tributària, que serveix perquè els operadors econòmics s'identifiquin davant de les duanes de la Unió Europea, per exemple per declarar una exportació o una importació.

■ DUA:

És el document únic administratiu que, amb els seus nou exemplars, ofereix informació sobre la mercaderia, per la qual cosa l'ha d'acompanyar al seu pas per duanes; servint, a més, com a base per a la declaració tributària.



Check List

33

Factura amb o sense IVA	✓ Es podrà facturar sense IVA, sempre i quan: la destinació sigui fora de l'Espanya, els subjectes siguin professionals, i en cas de vendes intracomunitàries els subjectes estiguin registrats en el cens VIES i obtinguin el (ROI) i en exportacions, l'exportador ha de comptar amb l'EORI. ✓ En cas de dubtes, es recomana contactar amb un expert en fiscalitat o el servei d'Acció del TradeDesk.
IVA – Vendes Intracomunitàries	✓ És de vital importància complir amb els tràmits i obligacions fiscals com són: el registre d'operadors intracomunitaris (ROI), presentar el resum anual (model 303 i 390), la declaració recapitulària (model 349) i presentar l'Intrastat en cas d'excedir el límit de vendes intracomunitàries de 400.000 €.
IVA - Exportacions	✓ És de vital importància complir amb els tràmits i obligacions fiscals com són: comptar amb un EORI, presentar el resum anual (model 303 i 390) i el DUA per fer la declaració tributària.

6. Transport Internacional



Mitjans de
Transport



Incoterms



Etiquetes i
Embalatge

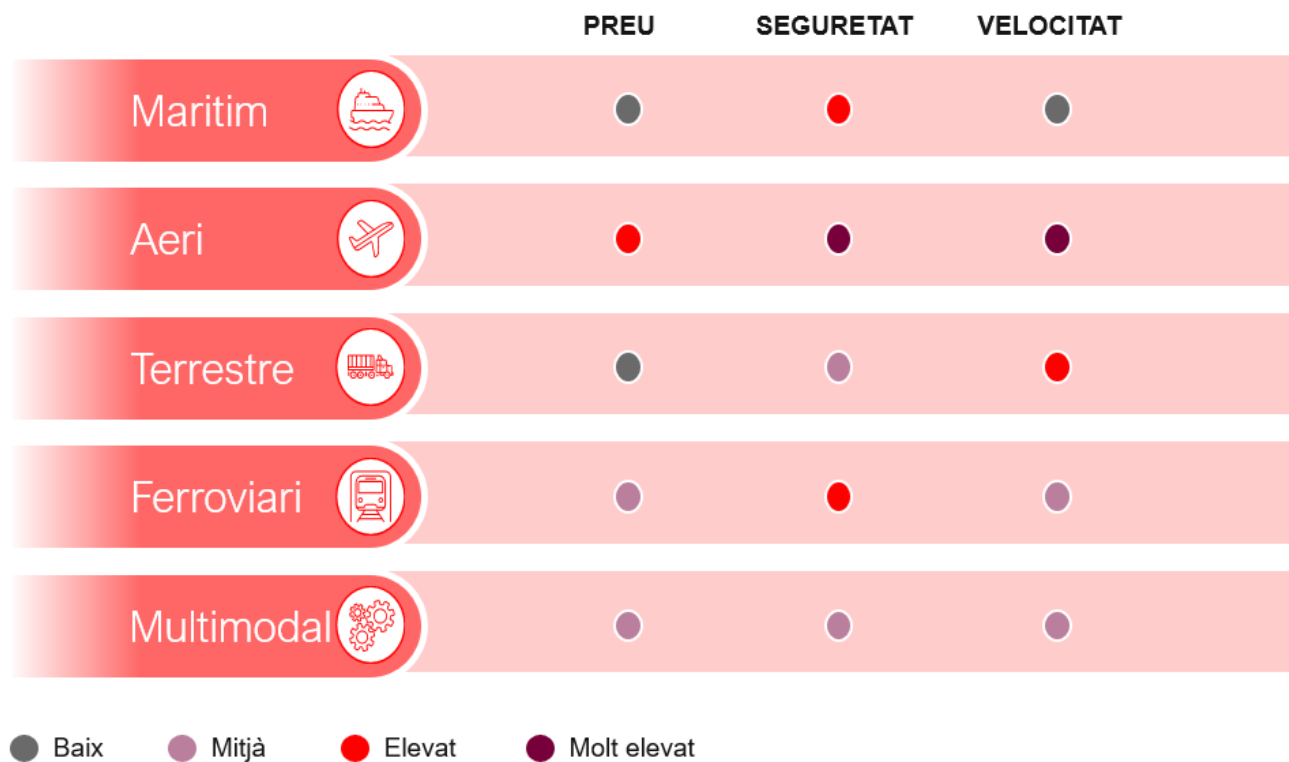


Operador
Logístic



Mitjans de Transport

■ Característiques del mitjans de transport:



Etiquetes i Embalatge



■ Requisits generals a incloure a l'etiquetatge:

- Nom comercial del producte
- Nom i adreça del productor, exportador, importador, distribuïdor.
- País d'origen
- Registre davant de l'autoritat competent
- Pes net, quantitat del producte, volum
- Instruccions d'ús i d'emmagatzematge
- Data de producció, caducitat o durabilitat
- Número de lot
- Segell del compliment d'una norma de qualitat

■ Cercador per identificar la normativa comercial:



Catalonia
Trade
Portal



El tipus d'enviament pot determinar el tipus d'embalatge que haureu d'utilitzar. Assegureu-vos que les mercaderies estiguin ben protegides.



Els requisits d'etiquetatge varien depenent del producte a importar. Si un producte no està etiquetat segons la normativa exigida, no podrà accedir al país. L'idioma de l'etiqueta ha de ser el del país importador.



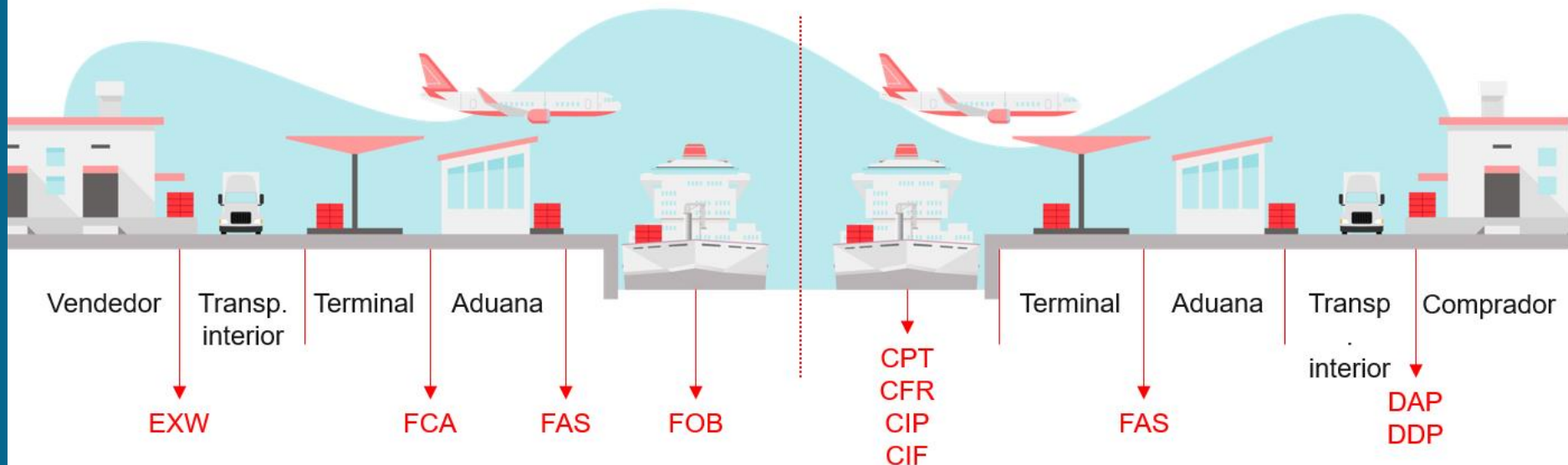
Incoterms

■ Què són els Incoterms?

Són les normes sobre les condicions de lliurament de les mercaderies.

■ Defineix la Responsabilitat:

- Entrega de la mercaderia
- Transmissió dels riscos
- Distribució costs del transport
- Tràmits documentals





Operador logístic

■ Què són?

Els operadors logístics són empreses logístiques que assumeixen la responsabilitat de gestionar una o diverses tasques de la cadena de subministrament d'una empresa contractant. D'aquesta manera, l'empresa contractant no té la necessitat d'invertir recursos per desenvolupar la seva pròpia plataforma logística i/o tasques duaneres.

■ Com identificar un bon operador logístic?

- Organitzar la recollida i entrega dels seus productes
- Negocia tarifes de noli amb els transportistes
- Reserva espais de càrrega amb antelació
- Ofereix serveis d'embalatge
- Ofereix assegurances de transport
- Preparar documents duaners en nom de l'empresa



És important escollir un proveïdor logístic amb experiència en el mercat de destí i/o el sector.



Check List

39

Mitjans de transport	✓ L'elecció del mitja de transport s'ha de fer tenint en compte: la tipologia de producte, el seu valor, el nivell de seguretat, la velocitat en que necessita ser rebuda la mercaderia i el preu.
Etiquetes i embalatge	✓ El tipus d'enviament pot determinar el tipus d'embalatge que haureu d'utilitzar. Assegureu-vos que les mercaderies estiguin ben protegides ✓ Els requisits d'etiquetatge varien depenent del producte a importar. ✓ Si un producte no està etiquetat segons la normativa exigida, no podrà accedir al país. ✓ L'idioma de l'etiqueta ha de ser la del país importador.
Incoterms	✓ L'elecció de l'Incoterm més adequat per a un importador o un exportador estarà en funció de si es volen controlar els costos, contractar el transport principal, reduir riscos o tenir més seguretat a la cadena logística
Operador logístic	✓ Comptar amb un bon operador logístic és clau per poder oferir un bon servei i no tenir problemes amb els tràmits duaners. ✓ És important escollir un proveïdor logístic amb experiència en el mercat de destí i/o el sector.

7. Pagament Internacional



Mitjans de Pagament



**Assegurances
a l'exportació**



Mitjans de pagament segons els riscos per les parts

41

La decisió del mitjà de pagament més convenient per a una operació de compravenda internacional estarà basant-se en la confiança entre les parts (seguretat) i les despeses bancàries que es generen per a les parts. Més seguretat, més grans seran les despeses bancàries.



El més important és assegurar-se que el client sigui solvent.

Poder oferir crèdit comercial és un punt que valoren els clients.

En la mesura del possible, sol·licitar un % sempre per avançat del pagament.

La selecció de l'Incoterm és clau pel crèdit documentari

Mitjans de Pagament



Assegurances a l'exportació

■ Finalitat de les assegurances a l'exportació:

L'assegurança de crèdit l'exportació protegeix a l'empresa exportadora de les possibles pèrdues que pugui patir pels impagaments dels crèdits a causa de la insolvència dels seus clients.

■ Tipus de risc que es poden cobrir:



Riscos comercials a un termini superior a 24 mesos

Ofereix cobertura front aquells riscos que sorgeixen en l'àmbit de l'actuació mercantil privada, sempre que siguin d'un termini de duració superior a 24 mesos.



Riscos deguts a circumstàncies extraordinàries

Ofereix cobertura per exemple front: guerra civil, terrorisme, inundacions, terratrèmols, accidents nuclears o similars.



Riscos polítics per determinats països i operacions

Ofereix cobertura per exemple front: alteracions significatives dels tipus de canvis que originin insolvències, expropiació, nacionalització sobre la inversió espanyola en l'exterior.



Les assegurances a l'exportació poden ser ofertes o bé per compte de l'Estat, a través de CESCE, o a través de la banca privada.



Check List

Mitjans de pagament	✓ La decisió del mitjà de pagament més convenient per a una operació de compravenda internacional estarà basant-se en la confiança entre les parts (seguretat) i les despeses bancàries que es generen per a les parts. Més seguretat, més grans seran les despeses bancàries ✓ El més important és assegurar-se que el client sigui solvent. ✓ En la mesura del possible, sol·licitar un % sempre per avançat del pagament. ✓ La selecció de l'Incoterm és clau pel crèdit documentari
Assegurances a l'exportació	✓ L'assegurança de crèdit a l'exportació és l'eina idònia per gestionar i minimitzar els riscos d'impagament comercial, ja que pot ser més flexible i competitiva que altres fórmules de cobertura.

Com podem aplicar el Lean Management?



El Principi de Pareto:

El 20% de les actuacions, monopolitza el 80% dels resultats

■ Lean Management en el procés exportador:

IDENTIFICAR EL VALOR I EL FACTOR DIFERENCIADOR

45

- El producte
- La estratègia de Marketing
- La marca, disseny, patent...
- La proposta de valor
- El servei post-venta
- El temps d'entrega
- El suport promocional
- Facilitar els pagament

ESTANDARDITZAR ELS PROCESSOS:

- Gestió de la cartera de clients
- Procés de producció
- Procés de prospecció comercial
- Procés de contacte telefònic
- Procés de *mail Marketing*
- Procés de negociació i tancament de vendes
- Recull de les condicions de distribució

MILLORAR, EXECUTAR I CONSOLIDAR:

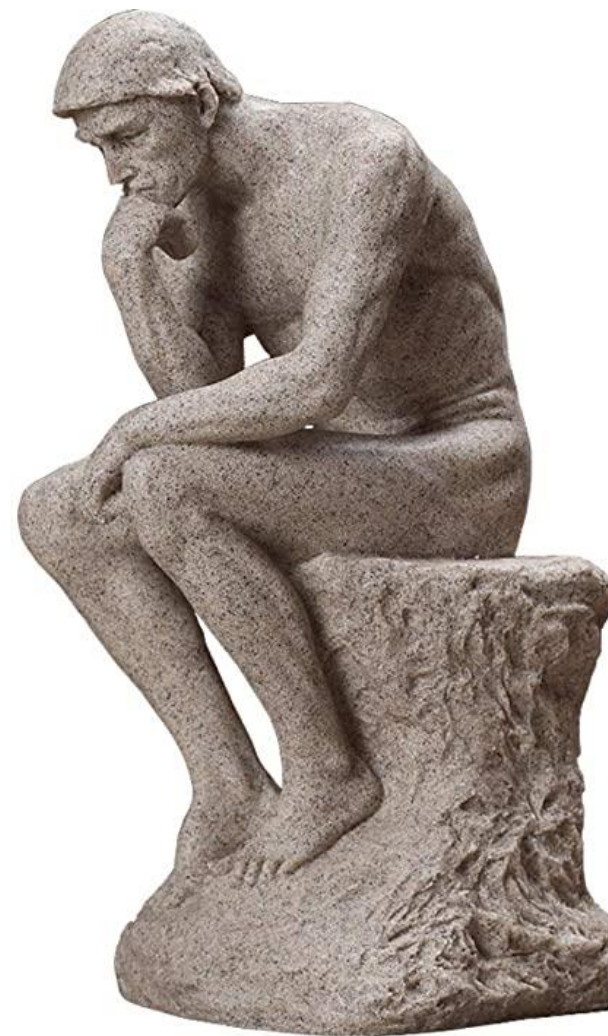
- Diferenciar-se
- Especialitzar-se
- Millorar la qualitat i/o preu
- Oferir un servei post-venta
- Reduir el temps d'entrega
- Fer-se càrrec del transport
- Obtenir noves certificacions
- Esdevenir més sostenible
- Oferir crèdits als importadors
- Oferir material promocional

AVALUAR I ELIMINAR EL QUE NO APORTA VALOR:

- Crear un calendari d'actuacions
- Quadre de comandament
- Disposar d'un bon CRM – gestió comercial
- Anàlisi del producte i/o servei
- Anàlisi de la demanda i oferta
- Anàlisi dels preus
- Anàlisi dels canals de distribució
- Anàlisi de la promoció



El secret de l'èxit es troba en la reflexió, la preparació, l'esforç i la millora.





Tens algun dubte? Envia'ns la teva consulta a través:

Formulari:

<http://formularis.accio.gencat.cat/web/formularis/inscripcions/-/inscripcio/-/-/YzG9EDjKZ82RCOkvRwKYJg>

Correu:

tradedesk@gencat.cat

Oficina Tècnica de Barreres a la Internacionalització

Trade Desk / Brexit Desk / Catalonia Trade Portal / Alertes Barreres

Gràcies!

Contacta'ns!

934 767 206

info.accio@gencat.cat

Passeig de Gràcia, 109
08008 Barcelona

accio.gencat.cat
catalonia.com

Segueix-nos a les xarxes socials!



accio_cat
@Catalonia_TI



linkedin.com/company/acciocat/
linkedin.com/company/invest-in-catalonia/