

Guía Práctica para

Internacionalizar tu Producto o Servicio

6 pasos para conquistar el
mercado extranjero





Bienvenido a esta **guía práctica** sobre cómo internacionalizar tu producto o servicio.

Si has llegado hasta aquí, probablemente estás buscando la manera de hacer crecer tu negocio, aumentar tus ventas y prosperar en nuevos mercados. ¿Aún no estás seguro de si esta guía es lo que necesitas? Quédate, porque exploraremos las claves de la internacionalización y puede que te sorprendas.

Soy Noemí López, y en los últimos dos años me he formado en **comercio internacional**. A lo largo de mi trayectoria, he trabajado con diversos clientes y en diferentes áreas empresariales. Mi experiencia abarca **diseño y marketing**, así como **ventas y administración**. He recopilado todo este conocimiento para crear esta guía y ayudarte a dar el salto al mercado global.

Muchas veces se cree que la exportación es solo para grandes empresas, o que un producto no tiene potencial en otros países. En esta guía veremos que no es necesario ser una gran compañía para exportar, y aprenderemos a identificar oportunidades en mercados extranjeros. Ahora sí, **el mercado global te espera, y este es tu primer paso.**





En los últimos años, las exportaciones españolas han mostrado un notable crecimiento, consolidándose como un pilar fundamental de la economía nacional. Entre 2008 y 2023, las exportaciones crecieron casi un 50% en términos reales, incrementando su peso en el PIB del 26% al 39% [Banco de España](#).

Este dinamismo ha posicionado a España por encima de otras grandes economías de la eurozona en términos de crecimiento exportador. Además, en abril de 2024, las exportaciones españolas alcanzaron un máximo histórico de 33.990 millones de euros, reflejando un incremento interanual del 15,8% [Comercio](#)

Este desempeño destaca la capacidad de las empresas españolas para adaptarse y prosperar en mercados internacionales.

Casos de éxito, como el de la empresa belga Central Fruit, que bajo la marca Cibel mantiene una fuerte conexión con los cítricos españoles y planea aumentar su reconocimiento de marca a través de un patrocinio ciclista en 2025 [HuffPost España](#), demuestran cómo la colaboración internacional puede fortalecer la presencia de productos españoles en el extranjero.





Análisis de Situación



Conócete a ti mismo

Antes de aventurarte a exportar, necesitas entender dónde está tu negocio. Conocer te permitirá establecer una base sólida para tomar decisiones. Este paso incluye:

Evaluación de Recursos

Es importante determinar si cuentas con los recursos necesarios para afrontar el proceso de internacionalización:

- Recursos financieros: Asegúrate de que tu empresa pueda cubrir los costos iniciales asociados a la exportación, tales como transporte, marketing, adaptaciones legales y fiscales. Considera opciones de financiamiento si es necesario.
- Recursos humanos: Evalúa si tu equipo posee conocimientos en comercio exterior, logística e idiomas, o si será necesario capacitar al personal.
- Capacidad de producción: Confirma si puedes responder a un aumento de demanda sin comprometer la calidad o los tiempos de entrega.

Análisis de Producto o Servicio

Comprender las características de tu producto y su adecuación al mercado internacional es esencial:

- Adaptabilidad: ¿Tu producto necesita modificaciones para cumplir con normativas, preferencias culturales o legales del país destino?
- Competitividad: Identifica qué hace único a tu producto y qué ventaja tienes frente a la competencia local.



Análisis de Situación

Diagnóstico Comercial

Realiza un análisis exhaustivo de tu desempeño actual en el mercado interno:

- Ventas y fidelidad del cliente: Evalúa tus resultados comerciales y la percepción de tu marca.
- Análisis DAFO: Identifica fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades que puedan influir en tu proceso de internacionalización.

Evaluación del Entorno Empresarial

Considera también los aspectos técnicos y estratégicos:

- Infraestructura: Asegúrate de que tu empresa cuente con tecnología y herramientas adecuadas para gestionar el comercio internacional.
- Red de contactos: Analiza si tienes conexiones estratégicas con proveedores, agentes o distribuidores en el mercado destino.

Definición de Objetivos Realistas

Establece metas claras y alcanzables para tu incursión en mercados internacionales. Por ejemplo:

- Incrementar las ventas en un 20% durante el primer año de exportación.
- Diversificar riesgos disminuyendo la dependencia del mercado interno.

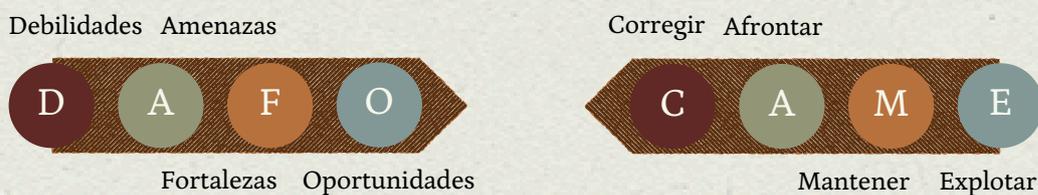


I Análisis de Situación

Herramientas útiles

Para realizar un análisis más detallado, utiliza herramientas estratégicas como:

DAFO y CAME: Evalúa tu posición y diseña planes de acción.



Matriz BCG: Determina qué productos tienen mayor potencial en mercados internacionales.



Benchmarking: Aprende de competidores que ya operan en los mercados objetivo.

Análisis de los procesos de la organización

Identificación de mejores exponentes

Proceso de compartir información

Adaptar las mejores prácticas



Estudio de Mercado

Un buen estudio de mercado es **esencial** para diseñar una estrategia efectiva. Aunque contratar a una empresa especializada es ideal, también puedes recurrir a organismos como las cámaras de comercio o el IPEX, que ofrecen asesoramiento accesible.

Claves para el Estudio

Para realizar un correcto estudio de mercado deberemos analizar en primer lugar el Macro y Microentorno. Debemos investigar con detalle el contexto económico, político y cultural del país destino.

Otro paso que no puede faltar es el de investigar a nuestro público objetivo. Realizaremos una correcta y precisa segmentación y nos ayudaremos de herramientas como encuestas o entrevistas.

En nuestro estudio de mercado realizaremos también un DAFO internacional, analizando minuciosamente las normativas, las barreras comerciales, aranceles y toda la documentación necesaria.



RECOMENDACIONES

Contrata profesionales si el presupuesto lo permite. El estudio de mercado nos será clave para saber si de verdad puede funcionar la operación. Realizar un buen estudio es una tarea que precisa de tiempo, atención y experiencia. Aunque el precio es elevado siempre será mejor que lo realice una empresa experta.

Consulta fuentes confiables para datos actualizados. Tanto si al final lo realizamos por nuestra cuenta como si contratamos el servicio, es muy importante que la información que usemos esté contrastada y que sea actual, de lo contrario el estudio no nos será de utilidad.





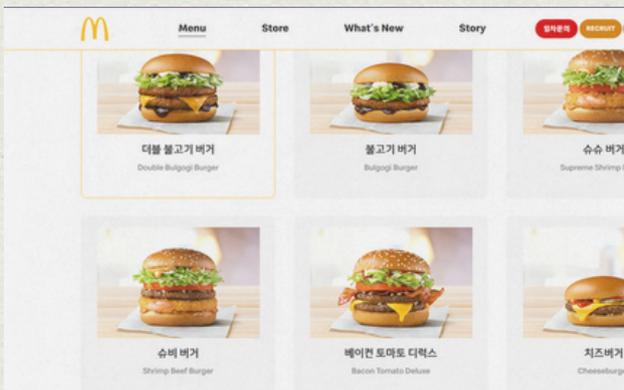
Adaptación

Es probable que necesites ajustar tu producto para cumplir con normativas y expectativas del mercado destino. Los ajustes más comunes incluyen:

- Permisos sanitarios y etiquetas en el idioma local.
- Adaptaciones culturales: Por ejemplo, McDonald's ofrece menús con arroz en países asiáticos.
- Cambios visuales: Los colores tienen significados distintos según el país.

Ejemplo de adaptación

Mc Donald's es una cadena de restaurantes conocida a nivel global. Dispone de restaurantes en casi cada rincón del planeta y por tanto, para poder establecerse correctamente en otros países ha tenido que adaptar sus productos en base a la cultura.



Podemos ver como la oferta de productos se adapta a sabores locales. En este caso vemos que en Corea del Sur se ofrecen hamburguesas con gambas o bulgogi.



No sólo los sabores y la oferta gastronómica cambia, también vemos cambios en la estética, por ejemplo, al momento de realizar anuncios.

IV

Estrategia de Marketing

Una estrategia de marketing es el plan diseñado para alcanzar a tu público objetivo, captar su atención y lograr que elijan tu producto o servicio en lugar del de la competencia. En este contexto, el marketing mix es una herramienta esencial que combina cuatro elementos clave: producto, precio, distribución y promoción.

Buyer Persona: La clave de tu estrategia

Un Buyer Persona es la representación detallada de tu cliente ideal. Diseñarlo te permitirá centrar tu estrategia en sus necesidades y comportamientos específicos. Para crearlo, define aspectos como:

- Datos demográficos: Edad, género, nivel educativo.
- Datos psicológicos: Miedos, ilusiones, aspiraciones.
- Estilo de vida: Hábitos de consumo, intereses y valores.
- Comportamiento digital: Plataformas que utiliza, frecuencia de uso y tipo de contenido preferido.



DATOS PERSONALES

Nombre: John Smith

Edad: 35

Estatura: 1.80 m

Estado Civil: Con pareja estable

John es un profesional de 35 años que trabaja en una empresa de tecnología, vive con su pareja y es aficionado a la cocina. Utiliza Instagram para inspirarse y YouTube para aprender nuevas técnicas culinarias.

Es muy común ver cuando alguien realiza su buyer persona que lo deje en unas líneas, sin embargo, ahí se omite mucha información de gran utilidad al momento de preparar una buena estrategia. Cuanto más detallado sea mejor.

IV

Estrategia de Marketing

Marketing Mix: Una estrategia integral

Tu estrategia de marketing debe combinar diferentes elementos del marketing mix para alcanzar al público objetivo de manera efectiva:

Producto: Destaca las características únicas que hacen que tu producto sea atractivo en el mercado destino. Por ejemplo, su origen ecológico o su exclusividad.

- Adaptación: Ajustar el producto para satisfacer las preferencias y necesidades del mercado local.
- Innovación: Introducir características únicas que diferencien el producto de la competencia.

Precio: Define una política de precios competitiva teniendo en cuenta los costos de exportación y las expectativas del mercado.

- Estrategia de Precios Altos (Premium): Esta estrategia implica establecer precios superiores al promedio del mercado, posicionando el producto como de alta calidad o lujo. Es efectiva cuando el producto ofrece un valor añadido que justifica el precio, como materiales exclusivos, diseño innovador o prestigio de marca. Por ejemplo, marcas de moda de lujo utilizan esta estrategia para mantener una percepción de exclusividad.
- Estrategia de Penetración de Mercado: Consiste en fijar precios bajos para ingresar rápidamente en un nuevo mercado y captar cuota de mercado. Una vez establecida la presencia, los precios pueden ajustarse. Esta estrategia es útil en mercados sensibles al precio y con alta competencia.

Distribución: Elige los canales de venta adecuados, como tiendas físicas, comercio electrónico o distribuidores locales.

- Asociación con Marcas Locales: Colaborar con marcas o distribuidores locales puede facilitar la entrada en nuevos mercados, aprovechando su conocimiento del entorno y su red de distribución. Por ejemplo, una empresa de alimentos podría asociarse con una cadena de supermercados local para distribuir sus productos, beneficiándose de la confianza y lealtad que los consumidores locales tienen hacia la marca establecida.

IV

Estrategia de Marketing

Marketing Mix: Una estrategia integral

- Canales de Distribución: Seleccionar los canales adecuados, como tiendas físicas, comercio electrónico o distribuidores locales, según las preferencias del mercado objetivo.

Promoción: Diseña campañas que resalten los valores de tu marca, ya sea mediante redes sociales, ferias internacionales o colaboraciones estratégicas.

- Marketing Digital: Utilizar plataformas digitales para llegar al público objetivo de manera efectiva y medir resultados en tiempo real.
- Participación en Ferias Internacionales: Asistir a eventos del sector para aumentar la visibilidad y establecer contactos comerciales.



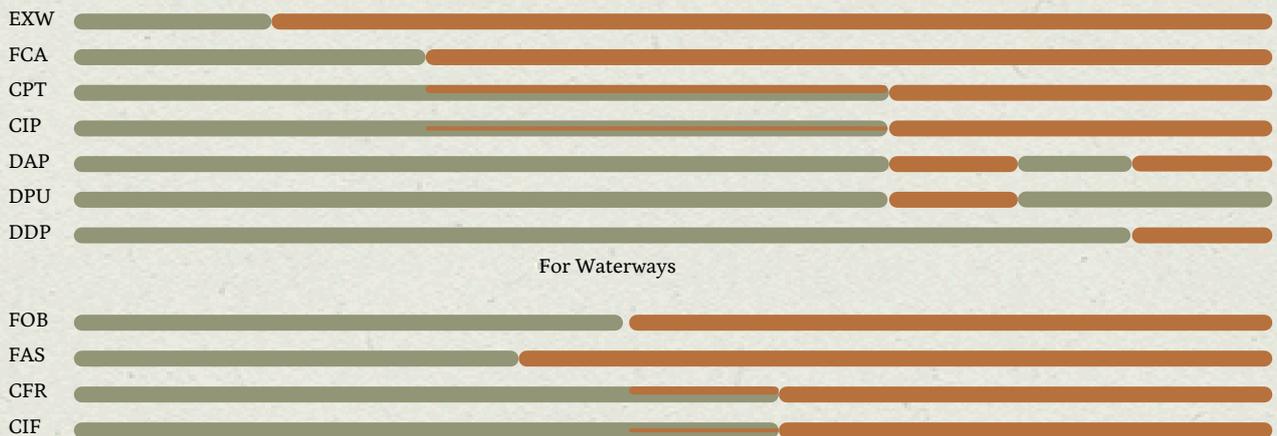
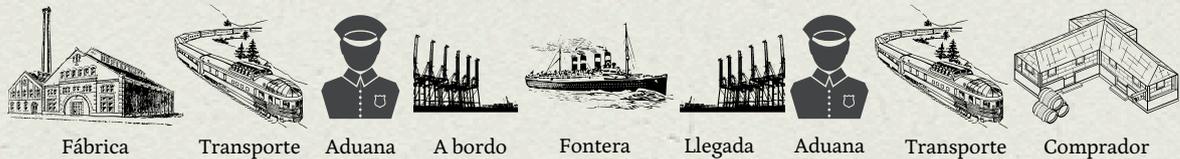
La implementación de tu estrategia de marketing requiere un cronograma bien estructurado y un monitoreo constante para medir su efectividad. Ajusta las acciones según los resultados obtenidos y las reacciones del mercado.



Logística y Cadena de Suministro

Transporte

Estudia las opciones de transporte disponibles y elige la más adecuada para tu producto. Los Incoterms son clave para definir responsabilidades entre vendedor y comprador. A continuación, se incluirá una imagen explicativa de los principales Incoterms y su uso en el comercio internacional.



Financiación y Seguros

- **Créditos ICO:** Son una excelente opción de financiación ofrecida por el Instituto de Crédito Oficial para apoyar la internacionalización de las empresas españolas.
- **Organismos de apoyo:** Instituciones como el IPEX y la Cámara de Comercio trabajan activamente para fomentar la exportación, ofreciendo asesoramiento, formación y ayudas económicas.
- **Seguros de tipo de cambio:** Reducen el riesgo asociado a las fluctuaciones en las divisas al operar en mercados internacionales.
- **Seguros CESCE:** La Compañía Española de Seguros de Crédito a la Exportación ofrece soluciones para proteger las operaciones comerciales frente a riesgos de impago y otros imprevistos.

VI Recursos Humanos y Asesoramiento Profesional

Contar con un equipo adecuado es esencial para garantizar el éxito de tu estrategia de internacionalización.

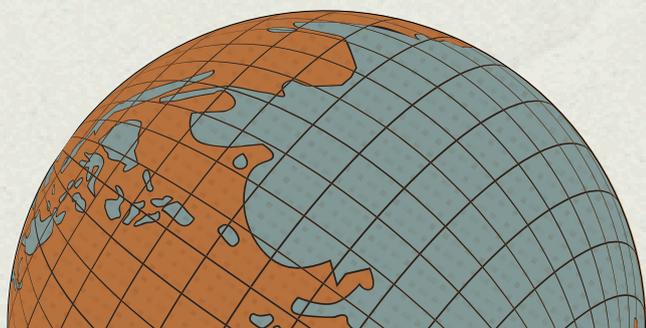
- Contratación de jóvenes con formación y experiencia internacional: Buscar profesionales que hayan participado en programas de internacionalización o que hayan trabajado en el extranjero puede aportar perspectivas frescas y conocimiento práctico al equipo. No es necesario que dispongan de muchos años de experiencia; lo importante es que crezcan con la empresa.
- Capacitación continua: Fomenta la formación constante en áreas clave como idiomas, legislación internacional y estrategias de negociación.



Caminando hacia nuevos horizontes

La internacionalización de un producto o servicio es un proceso complejo pero alcanzable si sigues una estrategia estructurada.

Conocerte a ti mismo, entender el mercado y adaptarte a él son los pilares del éxito. Esta guía te ofrece las bases para comenzar, pero recuerda que cada negocio tiene sus particularidades. No dudes en buscar asesoría profesional y recursos adicionales para garantizar un salto exitoso al mercado global.



Contigo hacia el éxito internacional

La internacionalización es una oportunidad emocionante para expandir tu negocio y alcanzar nuevos mercados. Para acompañarte en este viaje, te invito a seguir conectado a través de mis canales digitales:



www.nlpdesign.com



www.linkedin.com/in/noemí-lópez-pina/

En estas plataformas, comparto regularmente recursos, consejos y actualizaciones sobre comercio internacional que pueden ser de gran utilidad en tu proceso de expansión. No dudes en contactarme para resolver dudas, obtener asesoramiento personalizado o explorar oportunidades de colaboración. Estoy aquí para ayudarte a alcanzar el éxito en tu aventura internacional.