



NOMBRE DE EMPRESA

LOGO DE LA EMPRESA





# Nombre del Proyecto: Invitación de Potencial Cliente Extranjero y Rediseño de Pagina Web

# Resumen:

Razón Social	XXXXXXX
C.U.I.T.	xxxxxxx
Fecha inicio de actividades	xxxxxxxx
Domicilio legal	xxxxxxxx
Domicilio del establecimiento productivo	XXXXXXX
Teléfono	XXXXXXX
Fax	XXXXXXX
Página web	XXXXXXX
Persona de Contacto Principal	xxxxxxx
Cargo	xxxxxxx
E-mail	xxxxxxx
Teléfono fijo/ móvil	XXXXXXX

### **Resumen del Proyecto:**

Invitación de Potencial Cliente Chileno a visitar la fábrica, dicho Cliente es el principal distribuidor de productos de caza, pesca y outdoor de Santiago de Chile Rediseño de Pagina Web en idioma ingles y portugués.

# Actividades a realizar:

(A continuación se detallan las actividades susceptibles de ser financiadas, se solicita marcar con una cruz aquellas que la empresa o grupo de empresas desarrollará.)

INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA		
Instalación de oficina en el exterior		
Estudio de mercado		
Asesoría legal y técnica		
Asistencia en servicios de traducción e idiomas		
ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN COMERCIAL		
Invitación de potenciales clientes		
Realización de showrooms y tasting		





Participación en seminarios y eventos internacionales	
Envío de muestras	
COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN EN MERCADO EXTERNO	)
Asesoría en branding en mercados internacionales	
Contratación de agencia para realizar campañas	
promocionales en el extranjero	
Publicidad y promoción	

### Presentación de la empresa

Industrias XXXX pertenece al rubro industrial y atiende al sector de productos de de caza y pesca, aventura, aire libre, deporte olímpico y outdoor. La empresa se dedica a la fabricación y comercialización de accesorios de calidad para rifles de aire comprimido. La empresa desea posicionarse fuertemente como marca en el mercado local, a través de una constante innovación y servicio post-venta. Pretende también diversificar sus mercados, para lograr desde la propiaestructura, salir al mercado exterior con su principal producto, el "Inflador PCP".

Gracias a la participación del Programa Diverpymex, se evidenció que el mercado chileno es uno de los mercados con mayores oportunidades y ventajas que favorecerían el ingreso de los productos.

Cabe destacar que en la Ronda Inversa Grupo Exportadores, **XXXXXX** contó la visita de un importador Chileno quien resaltó la ventaja que tiene la empresa de contar con un producto principal (Inflador PCP) y con una gran variedad de accesorios que permiten que el l inflador sea funcional para los diferentes rifles existentes en el mercado internacional, debido a que el mismo puede adaptarse a cualquier rifle contando con los diferentes accesorios que fabricamos.

Sin bien la empresa todavía no ha logrado concretar una exportación de forma directa, tuvo la posibilidad de que su producto llegue al mercado chileno a través de un tercero.

En el caso de ser un grupo, es importante también desagregar la información por cada empresa miembro del grupo.

Datos contables (en pesos)

		2014	2015	2016
Facturación	Monto en pesos	\$	\$	\$





Anual	Volumen			
Exportación	Monto en pesos	\$	\$	\$
Anual	Volumen	-	-	-

Matriz Productos / Destinos (en pesos)

Productos Exportados	Países Destinos	2014	2015	2016
-	-	-	-	-
	-		-	-
-	-	-	-	-

# Contenido del Proyecto:

Presentación del mercado de destino: CHILE

Principales Variables Analizadas del Mercado y de la potencialidad del producto en dicho		
mercado.		
PBI (2015)	\$240.8	
Tasa de Inflación	5.1%	
Nº de Habitantes	16.634.603 Habitantes (Censo 2012)	
Ciudad más poblada	Santiago de Chile (6.027.000 hab.)	
Accesibilidad por Idioma	Español	
Forma de gobierno	República democráticapresidencialista	
Riesgo País Anual	Chile tiene un riesgo comercial medio, cuenta con un modelo económico abierto y estable que favorece el comercio y la inversión, se caracteriza por ser un país que es respetado y elogiado en el mundo, también se observa en el presente año que se ha producido una desaceleración en la economía interna, la cual se ha profundizado debido a la caída de la inversión y al menor dinamismo del consumo, especialmente en el consumo de bienes durables.	





Acuerdos comerciales regionales con	-Acuerdos de complementación Económica.	
Argentina	-Acuerdo de alcance parcial.	
	·	
	-Acuerdo marco para la promoción del comercio mediante la superación de los obstáculos técnicos al comercio.	
	-Acuerdo regional relativo a la preferencia arancelaria	
	regional.	
Tipo de relación comercial	Principal socio de la Argentina. La relación bilateral en lo comercial y económico es dinámica, expansiva y superavitaria para el país.	
	Cuenta con 22 acuerdos comerciales con 59 países, esto denota su grado de apertura comercial.	
Balanza comercial de Argentina con cada	2.785 millones de dólares	
país		
Existencia de Nichos	Si, se observa que el producto es competitivo en precio y	
	calidad y no existen fabricas chilenas que desarrollen el	
	producto.	
Cultura de Negocios	- Los primeros contactos se realizan por medio de intermediarios.	
	-Priorizan las relaciones personales.	
	-Pactar reuniones 2 o 3 semanas de anticipación.	
	-Horario adecuado a las 10 Hs de la mañana.	
	-Es preciso ser puntual.	
	-Es preferible el tratamiento de las personas por señor/señora.	
	-Las negociaciones son lentas.	
	-Los valores de la honestidad y la integridad se encuentran arraigado en el ámbito empresarial.	
	-El humor ingenioso es bien recibido.	
	-No es común ofrecer regalos comerciales.	





	T	
	-La vestimenta conservadora y clásica.	
	- Los acuerdos se confirman con documento escrito.	
Denominación de armas PCP e inflador	Rifles y Bombín	
Reglamentaciones de armas neumáticas  Importación de Inflador FOB (2013-2014)	Toda persona natural o jurídica que desee importar, internar o exportar elementos sujetos a control, deberá solicitar directamente autorización a la dirección General o a través de las autoridades fiscalizadoras, conforme a los documentos que se detallan en el presente reglamento.  Para los particulares para consumo propio:  1-Solicitud del interesado: formulario entregado por la dirección general y autoridades fiscalizadoras.  2-Fotocopia de factura proforma con timbre de la empresa o de I particular.  3-Certificacdo de antecedentes para fines especiales.	
Importacion de iniliador POB (2013-2014)	Importadora DDHH:	
	-Bomba de Aire Crossman	
	125 USD	
	<u>Federico Gilli:</u>	
	-Bomba de Aire Comprimido HATSAN	
	92,03 USD	
	-Bombín Gama <b>114,32 USD</b>	
	TEC Harseim Ltda.	
	-Bombín Crossman	
	92,40 USD	
	-Bombín Benjamín	
	94,22 USD	





	Soc. Comercial Millenium Ltda.
	-Bomba modelo Hill 3128
	293,35 USD
Importación de Inflador en cantidades	16.754
(2013-2014)	
Cantidad de empresas competidoras	1) Importadora DDGH Compañía Lta.
	2) Inmaval Ltda
	3)Tec Harseim Ltda
	4) Federico Gili y Cia. Ltda
	5)Junemann Ramon Christian
	Bombín Hatsan sin filtro : Peso Chileno 189.000 en USD
	307,92
Precio del producto en el mercado local de	
cada país	
Infraestructura Vial	Aeropuertos y Aeródromos:
	-Aeropuerto Internacional Comodoro Arturo Benitez
	(Santiago)
	- Aeropuerto Carriel Sur (Concepcion)
	-Aeropuerto Internacional Chacalluta (Arica)
	-Aeropuerto Internacional Diego Aracena (Iquique)
	Puertos y Bahías:
	-Valparaiso
	-San Antonio
	-Talcahuano San Vicente





Facilidad de transporte	-El transporte Terrestre
	-El transporte Aéreo

# Antecedentes, fundamentación y Descripción del proyecto

¿Por qué se llevara a cabo el proyecto? ¿Qué resultado se pretende obtener con la ejecución del proyecto?

En este apartado debe presentarse un resumen de los motivos que dan origen al proyecto (por ejemplo, plan de negocio exportador, investigación previa, etc.), los antecedentes de la empresa con el mercado seleccionado y la pertinencia de las actividades a realizar para abordar dicho mercado.

Incluir un resumen de las acciones claves que se van a realizar a través del proyecto. Definir Objetivo General: cuál es el Fin proyecto. Objetivo específico (Propósito): El efecto que se espera lograr como resultado del proyecto. Estrategia general para cumplir los objetivos explicando qué se hará específicamente con las actividades que se piden para ser reintegradas. Resultados o Productos: aquellos que la gestión del proyecto puede garantizar. Deben estar formulados de la manera más objetiva y precisa posibles y en términos cuantificables.

Actividades: Son aquellas tareas que el proyecto tiene que realizar para producir los resultados.

Indicadores: Son aquellas medidas (directas o indirectas) que determinan en qué medida se cumplen los niveles de objetivos.

### **ACTIVIDAD N° 1 Visita del Importador Chileno:**

Tal como se mencionó anteriormente, a través del desarrollo del Programa Diverpymex y de las actividades derivadas del mismo, como la participación en la Feria AICACYP y en la Ronda de Negocios Inversa de Grupo Exportadores se identificó a Chile como uno de los mercados con mayor potencial.

El importado que se pretende traer es es el principal distribuidor de productos de caza, pesca y outdoor de Santiago de Chile:

- Nombre de la empresa
- Nombre de la persona participante
- Página web:





Objetivo principal de esta actividad: que el potencial cliente pueda evaluar de manera directa la calidad del producto y si hiciera falta rediseñar algunas funcionalidades de acuerdo al pedio del cliente.

<u>Resultado esperado:</u> se pretende que el importador pueda llevar una muestra tanto del producto principal como de los accesorios, con el objetivo final de que el importador se convierta en el principal distribuidor en todo Chile.

ACTIVIDAD N° 2 Rediseño de la Página Web: Durante la etapa de diagnóstico del Programa Diverpymex surge como oportunidad de mejora, el rediseño de la página web, tanto a nivel estético como a nivel de contenido de información (información de la empresa, descripción de productos, calidad de imagen, idiomas, etc.)

Objetivo principal de esta actividad: Contar con una herramienta de comunicación que permita resaltar las cualidades de la empresa y de los productos, a nivel nacional e internacional.

Resultado esperado: tener mayor cantidad de visitantes y consultas en la página.

### Plan de actividades

Presentarlas bajo el siguiente esquema de tabla, detallando lo mejor posible cada una y marcando un orden de prioridad de las actividades elegibles, consignando:

- las cantidades a realizar (de impresiones por ejemplo)
- los montos de los dos/tres presupuestos
- sumatoria del total de los presupuestos seleccionado por la empresa (en caso de no ser seleccionado el más económico deberá justificarse).

### Ejemplo:

Actividades / items a reintegrar	<u>Proveedores</u>	Costo Total
Pasaje aéreo importador Chileno	Proveedor A	\$ 16.500
	Proveedor B	\$ 19.500
	Proveedor C	\$ 18.750
Hospedaje importador Chileno	Proveedor A	\$ 4.200
	Proveedor B	\$ 4.800
Rediseño de Página Web	Proveedor A	\$ 9.500
	Proveedor B	\$ 10.250
	Proveedor C	\$ 12.000
Envío de Muestras comerciales	Proveedor Único	\$ 9.000
Total		\$ 41.700
A reintegrar (50%)		\$ 20.850

Cronograma de realización de las Actividades (hasta Noviembre 2017)





	Jul-17	Ago-17	Sep-17	Oct-17	Nov-17
Rediseño de página web					
Pasaje aéreo					
Hospedaje					
Seguro de viajero					
TOTAL MENSUAL					
TOTAL GENERAL					

Presupuesto total del proyecto. ¿Cuánto costara llevar a cabo el proyecto? A partir del plan de actividades, determine los recursos necesarios para la ejecución del proyecto. Los mismos deben ser transformados en un presupuesto cuantificado en dinero y/o en especie identificando las fuentes de financiamiento.

Rubro / Item	Aportes del Fondo en \$	Aporte de la Empresa en \$	Otros Aportes en \$	Total Rubro
1.Sub Total				
1.1.Pasaje aéreo				
1.2. Hospedaje				
1.3 Seguro del viajero				
2.Sub Total 2.1.Rediseño de Página Web				
Total				
%				