



Servicios Integrales de Internacionalización para empresas en México, Canadá, Estados Unidos, y Bolivia.



INTERNATIONAL
BUSINESS
FACILITATION
& DEVELOPMENT



CONTENIDO

1. Nuestra Empresa
2. Nuestros Clientes
3. Nuestros Mercados
4. Nuestros Recursos
5. Nuestros Servicios
6. Vinos y Licores
7. Información de Contacto



1. Nuestra Empresa

IBF International es una empresa que provee soporte en desarrollo y Facilitación de Negocios Internacionales a empresas en nuestras áreas de influencia.

Nuestra Misión

- ✓ Apoyar a nuestros clientes en su proceso de internacionalización.

Nuestro Objetivo

- ✓ Incrementar las utilidades de nuestros clientes a través de la internacionalización de sus empresas.

Nuestra Filosofía

- ✓ IBF International es su mejor socio en Negocios Internacionales, ganamos dinero haciéndoles ganar dinero a nuestros clientes.

Nuestra Historia

- ✓ Establecidos en México en 1999
- ✓ Establecidos en Canadá en 2000
- ✓ Establecidos en España en 2005
- ✓ Establecidos en Estados Unidos en 2010
- ✓ Establecidos en Bolivia en 2012



2. Nuestros Clientes

Los **clientes** de IBF International son empresas y organizaciones que por lo general tienen las siguientes **características**:

- ☑ Ofrecen un producto o servicio altamente competitivo
- ☑ Son conscientes de la importancia del desarrollo de Negocios Internacionales en su organización
- ☑ Tienen una visión de negocios a largo plazo
- ☑ Conocen el valor de trabajar con empresas que pueden agregar valor a su operación aumentando las probabilidades de éxito en sus proyectos internacionales
- ☑ Pueden no tener la experiencia, manejo del idioma o tiempo para la administración correcta de un proyecto de negocios internacionales

Algunos de nuestros clientes:

COFOCE - Coordinadora Fomento Comercio Exterior - Estado de Guanajuato.

SPRI - Sociedad de Promoción y Reconversión Industrial del País Vasco.

ASTUREX - Sociedad de Promoción Exterior Principado de Asturias, S.A.

IGAPE - Instituto Gallego de Promoción Exterior

INFO - Instituto de Promoción Región de Murcia

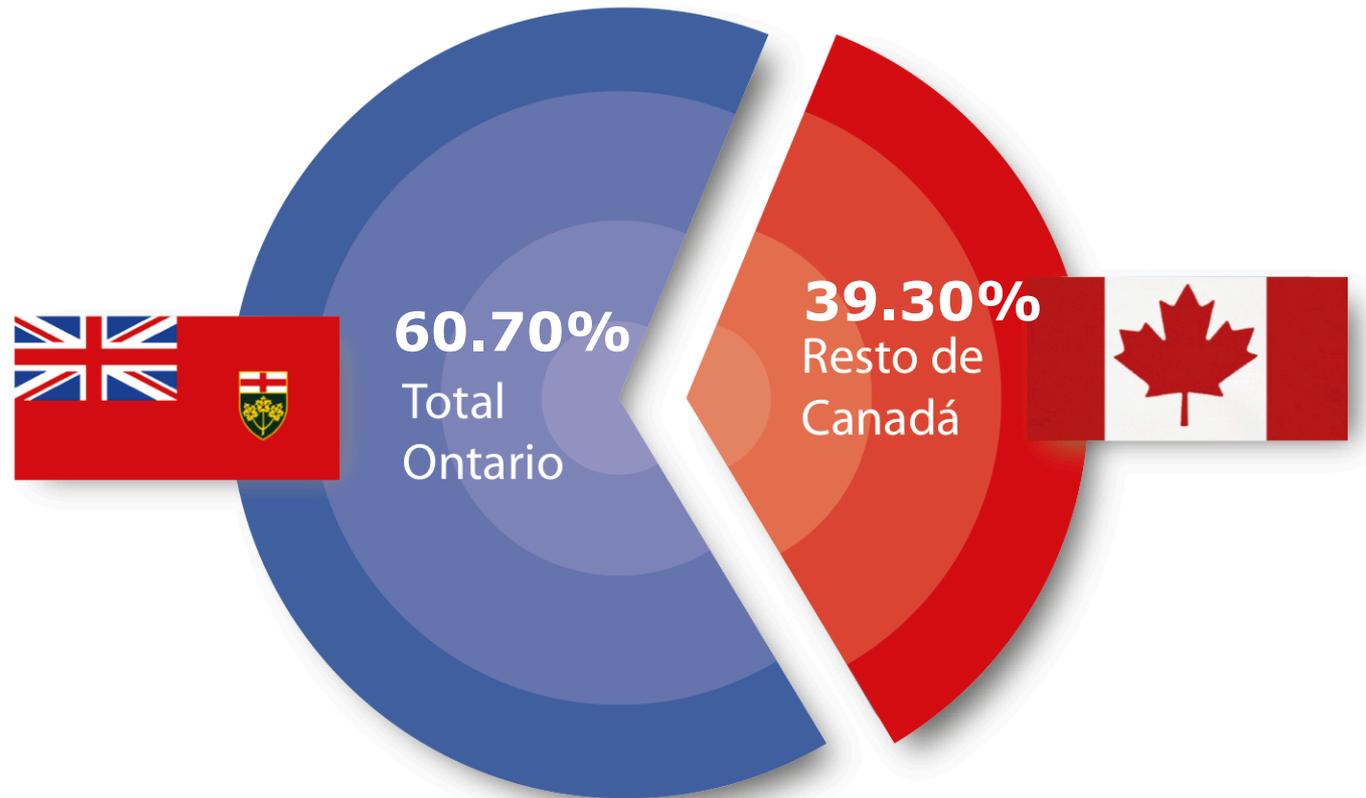
CEIM - Confederación de Empresarios de Madrid



3. Nuestros mercados: CANADA

Importaciones de Canadá Vs. Ontario 2015

Total Importaciones de Canadá 2015: \$386,196 Millones de USD



Total Importaciones de Ontario 2015: \$234,448 Millones de USD



3. Nuestros mercados: TEXAS

El área estadística metropolitana (MSA) de Houston es la sexta más poblada de Estados Unidos.





3. Nuestros mercados: TEXAS

Houston: perfil del área metropolitana

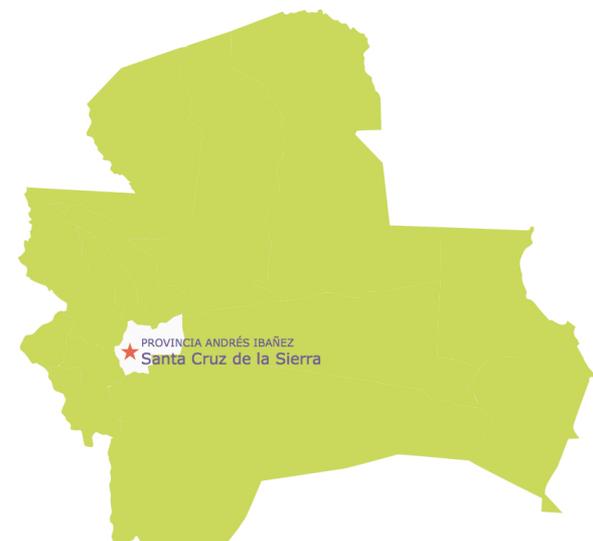
- ✓ Fundada en 1836, la ciudad de Houston tenía en 2011 una población aproximada de 2,4 millones de habitantes, lo que la colocaba como **la cuarta ciudad más poblada de Estados Unidos, después de Nueva York, Los Angeles y Chicago.**
- ✓ La zona metropolitana estadística de Houston-Sugar Land-Baytown (Houston MSA) está formada por 10 condados: Austin, Brazoria, Chambers, Fort Bend, Galveston, Harris, Liberty, Montgomery, San Jacinto y Waller. Su población total en 2011 era de más de 6 millones de habitantes, lo que la posicionaba **en la sexta zona metropolitana más grande de Estados Unidos.** Con un área de más de 10.000 millas cuadradas, **es más grande que el estado de Massachusetts.**
- ✓ El PIB fue de más \$400 billones de dólares en 2011. Si este área fuera un país, **su economía sería más grande que la de Colombia, Chile, Venezuela, Perú, Bélgica, Dinamarca, Portugal, Ucrania, Marruecos, Singapur o Malasia,** por poner un ejemplo. Solo 22 países tienen un PIB más grande que Houston Metro.
- ✓ La zona de Houston **registró más de 2,5 millones de empleos** en 2011, esto es **más de lo que tienen 29 estados,** entre ellos, Arizona, Colorado y Alabama.
- ✓ Houston está actualmente **entre las 10 mejores áreas para vivir en Estados Unidos,** de acuerdo a la firma Kiplinger Personal Finance, la cual establece estos rangos de acuerdo a un análisis que hacen en relación a la fuerza de la economía, bajas tasas de desempleo, costes de vida y entretenimiento.



3. Nuestros mercados: BOLIVIA

Bolivia y Santa Cruz: región potencial

- ✓ La importancia de Bolivia es doble: por un lado, como suministrador de gas natural, y por otro, como futuro **eje articulador de las comunicaciones terrestres en Sudamérica**.
- ✓ Tradicionalmente el desarrollo económico de Bolivia ha estado basado en la riqueza de sus **recursos naturales**.
- ✓ Bolivia, con un **crecimiento en su PIB** del 3,4% en 2009, 4,1% en 2010, 5,2% en 2011, y 5,2% en 2012, se posiciona como un país atractivo para cualquier producto y/o servicio.
- ✓ El Departamento de Santa Cruz se ha convertido en los últimos años en el centro más dinámico de la actividad industrial, comercial y de servicios de Bolivia, con una economía en permanente crecimiento y perspectivas interesantes de inversión en diferentes rubros. En 2012, el **47% de las importaciones Bolivianas**, las hizo el departamento de Santa Cruz.





4. Nuestros Recursos

- ✓ Presencia en Canadá, Estados Unidos, México, Bolivia y España.
- ✓ Equipo multicultural y políglota en todas nuestras oficinas de trabajo.
- ✓ Amplia trayectoria en internacionalización en varios países, con actividades como generación de oportunidades comerciales e inteligencia de mercado, desarrollo de proveedores y compras internacionales, logística y consultoría.
- ✓ Amplia red de asociados, proveedores y fuentes de información en nuestras áreas de cobertura, que incluyen:
 - Proveedores de Logística
 - Diseño Gráfico
 - Traducción e Interpretación
 - Financiación
 - Servicios Legales
 - Agencias de Viajes
 - Entidades de Gobierno
 - Cámaras y Asociaciones de Comercio



5. Nuestros Servicios

Proporcionamos todos los servicios de apoyo relacionados a la facilitación y desarrollo de negocios internacionales con gestiones como:

- Evaluación de Preparación para Exportar
- Desarrollo de Imagen y Material Promocional
- Investigación Exploratoria de Mercado
- Estudios de Punto de Venta
- Logística y Tráfico Internacional
- Formación de Precios de Exportación
- Sensibilizaciones de Mercado
- Generaciones de Oportunidades Comerciales
- Agendas de Trabajo
- Planes de seguimiento a clientes potenciales
- Apertura de empresas y oficinas reales y virtuales
- Misiones comerciales directas e inversas
- Búsqueda de agentes y/o socios comerciales

Y en general, todas las actividades relacionadas con un proceso de Internacionalización de una empresa.

Por lo general, el 90% de los proyectos que trabajamos inician con una Generación de Oportunidades Comerciales, la cual va seguida de una Agenda de Trabajo y un Plan de Seguimiento a Clientes Potenciales. (Siempre y cuando estemos hablando de empresas que ya están avanzadas en el proceso de internacionalización)



5. Nuestros Servicios

Este proceso, se lleva a cabo a grandes rasgos de la siguiente forma:

Fase 1 – Generación de Oportunidades Comerciales .

Duración: de 4 a 8 semanas (dependiente de la velocidad de respuesta de los clientes)

Actividades:

- Visita a su empresa para conocer al equipo de trabajo, sus procesos, sus productos/servicios, su personal y su modelo de negocios. En conjunto establecemos objetivos, armamos la estrategia de promoción, definimos los segmentos de Mercado a atacar e identificamos claramente a los prospectos potenciales.
- Investigación de Mercado de escritorio para identificar clientes potenciales y/o posibles socios de negocios para su empresa.
- Visitas personales y/o contacto directo con los prospectos definidos en las etapas anteriores para evaluar el potencial de negocios y obtener su retroalimentación sobre los productos/servicios de la empresa. Principalmente buscamos que los prospectos nos expliquen con detalle lo que la empresa tiene que hacer para iniciar una relación de negocios de largo plazo. Esta gestión por lo general resulta en la Generación de Oportunidades Comerciales, cuando los clientes nos solicitan cotizaciones en firme y/o nos dan parámetros de los bienes y/o servicios que requieren.
- Se genera un reporte con un análisis detallado de la retroalimentación obtenida, se incluyen además recomendaciones, alternativas y conclusiones.
- Se presenta el reporte en persona al equipo directivo de la empresa, en donde se revisan dudas y comentarios con base en la experiencia adquirida después de estar en contacto directo con los clientes potenciales.
- Durante el proceso, damos seguimiento a las oportunidades comerciales generadas.



5. Nuestros Servicios

El Objetivo de esta primera fase es confirmar que de verdad existe un potencial comercial para la empresa en el mercado meta.

Adicionalmente, con este mapa de oportunidades, se puede hacer un plan de trabajo más aterrizado para el corto, mediano y largo plazo que estará basado en las necesidades reales de los clientes.

→ **Punto de Decisión: Continuar, replantear o postergar**

Fase 2 – Visita de la empresa al mercado meta con IBF.

Duración: de 2 a 6 semanas después de concluida la fase 1.

Actividades:

- Con base en los resultados de la fase 1, prepararemos una agenda de trabajo en el Mercado meta para el responsable de desarrollo de negocios internacionales de la empresa. El objetivo será conocer el mercado de primera mano, experimentar la capacidad de IBF de crear sinergias y encontrar oportunidades de negocios, conocer en persona a los prospectos contactados y entrevistarse personalmente con prospectos nuevos.
- Esto nos permitirá trabajar con la empresa en el Mercado meta, conocer de primera mano como llevan a cabo sus presentaciones de negocios, así como sus impresiones y las oportunidades comerciales detectadas.
- Duración de la agenda: de 2 a 5 días en las ciudades y/o zonas metropolitanas más importantes del país destino.



5. Nuestros Servicios

El objetivo de esta segunda fase es conocer en persona a los clientes potenciales, fortalecer las relaciones, negociar términos de venta. Evaluar, entender el Mercado y llegar a acuerdos de trabajo con los clientes y/o socio comerciales.

→ **Punto de Decisión: continuar con el desarrollo, mantener los contactos existentes, replantear o postergar**

Fase 3 – Seguimiento.

Duración: por lo general el trimestre siguiente a la visita al Mercado (Fase 2) y mas allá. La duración de estos proyectos de seguimiento es variable y dependerá de las características de cada proyecto, pero por lo general van de 3 meses a un año.

Los resultados obtenidos en las dos primeras fases serán de vital importancia para determinar cómo se llevará a cabo la Fase 3. A estas alturas ya sabremos a ciencia cierta lo siguiente:

- Qué tipo de oportunidades comerciales hay en el mercado meta.
- Si hay una buena relación de trabajo entre la empresa e IBF.
- Si podemos crear una estrategia para un desarrollo de mercado exitoso.
- Si es sensato para la empresa el incluir al mercado meta en su estrategia de internacionalización de largo plazo.



5. Nuestros Servicios

Conclusión:

En general, IBF es una empresa comprometida en apoyar a sus clientes en su proceso de internacionalización, y tenemos la infraestructura para hacerlo. El éxito de estos proyectos depende de las condiciones actuales del mercado, la competitividad de la empresa, sus objetivos corporativos y la efectividad de nuestros servicios.

Todos estos factores están interrelacionados y existe un rango de posibles resultados que sólo se podrán determinar llevando a cabo este proceso de desarrollo de mercado. La metodología propuesta nos permite, además de conocernos mutuamente para ver si tiene sentido el desarrollar una relación de negocios en el largo plazo, el obtener un mejor entendimiento del mercado meta y de las oportunidades comerciales existentes.



6. Vinos y Licores

Intercambi Vinos y Licores está especializada en Marketing y Ventas en el sector de vinos y licores en Canadá y actúa como uno de los brazos de representación de la empresa Interbev GmbH, proveedor autorizado de los organismos provinciales Canadienses de comercialización de Bebidas Alcohólicas.

En Intercambi W&S hemos desarrollado una amplia red de contactos en todos los monopolios provinciales del mercado Canadiense de Bebidas Alcohólicas y tenemos experiencia con todos los distribuidores locales incluyendo minoristas, mayoristas, consignatarios, hospitalidad, duty free, especialidad, sector público y regalos.

Los socios de Intercambi tienen más de 35 años de experiencia combinada en esta Industria.

Servicios:

1. **Agencia Representante:** Intercambi está autorizada por el gobierno provincial para representar empresas extranjeras en el mercado de Ontario. Para que una empresa extranjera pueda hacer negocios con el Liquor Control Board of Ontario (el comprador/importador de bebidas alcohólicas mas grande del mundo), debe de tener, por ley, un agente autorizado que la represente en la provincia.
2. **Búsqueda de Agentes Autorizados:** Intercambi puede ayudar a las empresas extranjeras a encontrar el o los agentes autorizados adecuados para trabajar en el mercado Canadiense.
3. **Consultoría en Mercadotecnia y Ventas:** Intercambi puede ayudar a las empresas extranjeras a supervisar y monitorear sus operaciones en Canadá. Trabajando en conjunto con los agentes autorizados, Intercambi puede apoyar a la empresa a incrementar sus ventas en los diferentes mercados provinciales.



7. Información de Contacto

<p>IBF Canada Edgar Vallejo 4711 Yonge St. 10th Floor Toronto, ON. M2N 6K8 Canada Tel: 1-416-218-8371 Fax: 1-416-730-9258 evallejo@ibfinternational.com</p>	<p>IBF USA Miguel Puga 1235 North Loop West, Suite 308 Houston, TX. 77008 USA Tel: 1-713-370-3870 Fax: 1-713-583-9925 mpuga@ibfinternational.com</p>
<p>IBF Mexico Rafael Alfaro Nicaragua 336 Col. La Mision Celaya, Gto. 38016 Mexico Tel: 52-461-118-7121 ralfaro@ibfinternational.com</p>	<p>IBF España César Revelles C/ Las Cruzadas, 3-b (pasaje) 41004 Sevilla, España Tel: 34-954-411261 Mov: 34-669-552-432 Fax: 34-954-411806 crevelles@ibfinternational.com</p>
<p>IBF Bolivia Javier Castedo Leonardo Nava 74-A Santa Cruz de la Sierra, Bolivia Tel: 591-773-62-553 jcastedo@ibfinternational.com</p>	

Muchas Gracias por su Atención!