



# Programas de Entrada al Mercado de EE.UU.

2019 - 2020 *(Detalles de Los Programas)*

**Coaching Professors', Inc.** La experiencia en negocios internacionales incluye importación / exportación, join ventures, operaciones en el extranjero y licencias. Desde 1981, la compañía ha trabajado intensamente con muchos clientes extranjeros que ingresaron al mercado estadounidense y con compañías nacionales que desean expandirse internacionalmente en América Central, América del Sur, Australia y Europa. El equipo de Coaching Professors ha trabajado directamente con los consulados extranjeros y las misiones comerciales ubicadas en los EE. UU., Incluida la misión comercial de Quebec, el consulado real danés, el consulado británico, las misiones comerciales italianas, la misión comercial de Tailandia, el consulado indio y COPARMEX en México.

La compañía brinda asesoría en desarrollo estratégico de negocios, marketing, reingeniería de ventas y psicología del consumidor y desde 1981, ha ayudado a más de 1,000 clientes comerciales, tanto a nivel nacional como internacional. Consulting Professors Online (una subsidiaria de Coaching Professors, Inc. ofrece programas en línea que abordan temas clave de negocios, asesoría empresarial avanzada y programas de desarrollo personal. En países extranjeros seleccionados, la división de seminarios en línea ofrece programas de entrada al mercado de EE.UU. bajo el nombre "THE BRIDGE" para empresas interesadas en el mercado de EE.UU.

**El primer mes del Programa de Entrada al Mercado de Estados Unidos** consiste en una descripción completa del mercado de los EE. UU. (B2B, B2C, B2G y B2I), que incluye la geografía por regiones objetivo, diversidad cultural, preferencias de productos y servicios, psicología del consumidor, opciones para ingresar al mercado, prácticas comerciales de los EE. UU., opciones de entidades comerciales legales de los EE. UU., el sistema financiero de los EE. UU. y otros temas relevantes. El mercado estadounidense ofrece grandes promesas, porque "es muy vasto", pero debe entenderse previamente para tener éxito. La historia comercial de los Estados Unidos enseña que si bien varias compañías mexicanas han tenido un gran éxito, muchas compañías mexicanas también han fracasado. La razón más común del fracaso es la falta de un conocimiento correcto del consumidor estadounidense y la falta de adaptación comercial a este mercado diferente. **La información del primer mes se imparte utilizando un formato de seminario en línea, a través de videoconferencias interactivas "en vivo" para los participantes, en 4 semanas, con una reunión semanal de 1.5 horas.** Después del primer mes, los participantes que consideren que el mercado de Estados Unidos es lo que están buscando, pasarán al segundo mes de 'The Bridge'.

**El segundo mes del Programa de entrada al mercado de EE. UU.** consiste en la preparación de un plan de entrada al mercado de EE. UU. por cada participante. Cada participante mexicano que no compite investiga cinco estrategias principales de entrada al mercado y tres estrategias auxiliares, considerando ya sea una entrada individual al mercado o una alianza con otras compañías, utilizando un plan "Marca Paraguas", para productos o servicios que son complementarios. En esta segunda fase, se discute y selecciona una estrategia específica para ingresar al mercado de EE. UU. la psicología y los criterios de compra del consumidor B2C, B2B, B2G y B2I se analizan e incorporan en el plan de entrada al mercado; se discuten los recursos económicos necesarios, los productos que podrían funcionar juntos se agrupan y se crea un plan de entrada. En detalle, se discuten los precios de venta, así como los planes de rentabilidad, los canales de distribución directos / indirectos y mixtos (híbridos). Cada semana, se proporcionan formatos de planeación de entrada al mercado a los participantes para que redacten su plan personalizado de entrada al mercado estadounidense. Cada semana, los facilitadores/asesores del seminario en línea revisan el progreso del plan de todos los participantes. **La información se da en formato de seminario en línea, que utiliza videoconferencia interactiva "en vivo" para los participantes, en 4 semanas, con una reunión semanal de 1.5 horas.**

**En el Mes Tres la implementación comienza.** Nuestro dedicado grupo de consultores ayudan a los participantes que concluyeron el Mes Dos a implementar sus Planes de Entrada al Mercado. Se confirman y ajustan los Planes de Entrada de Mercado, se forman entidades legales, se inician las conexiones bancarias, se planifican las operaciones iniciales para comenzar, se establecen las cadenas de suministro, comienzan las actividades de producción y servicio. Se confirman los instrumentos financieros, se inicia la comercialización la generación de prospectos, se inician y apoyan las actividades de exportación y se forman centros de servicio. Los consultores de la Tercera Fase asesoran, ayudan, coordinan, evalúan y sugieren acciones correctivas. **La parte de asesoramiento de EE. UU. de esta fase se proporciona mediante una videoconferencia interactiva "en vivo" para cada cliente o grupo de clientes con una reunión semanal de 1.5 horas, durante un período de 6 a 12 meses, según lo requiera cada cliente.**

## **DETALLES OPERATIVOS DE LOS PROGRAMAS**

### **MES UNO**

La entrega del seminario en línea se imparte utilizando la comunicación de video interactiva con cada participante individual (en este caso, debido a posibles limitaciones de banda ancha, Coaching Professors, Inc. sugiere limitar cada evento del seminario en línea a 50 participantes con 50 computadoras de escritorio o computadoras portátiles).

La primera fase consiste en seminarios en líneas de videoconferencia que conectan al experto internacional del mercado de EE. UU. **El primer mes consiste en una serie de cuatro reuniones con una duración de 1.5 horas, entregadas semanalmente (cuatro semanas en total).** Folletos, guías, grabaciones de audio y resúmenes de Power Point se proporcionan cada semana del Programa.

**El título del programa del primer mes es: "Estados Unidos: cultura, mercado,**

## **economía, consumo, prácticas comerciales, potencial de ventas por sector".**

**SEMANA UNO:** Descripción del mercado de EE. UU. y su potencial para sus productos y servicios, el tamaño del mercado de EE. UU. y los principales indicadores económicos. Los participantes se presentan a sí mismos y a sus productos a los especialistas de EE. UU. en línea para recibir los primeros comentarios.

**SEMANA DOS:** Discusión importante sobre los métodos 6 + 3 para entrar, anunciar y vender sus productos y servicios en el mercado de EE. UU. Pros y contras de cada método.

**SEMANA TRES:** Descripción de componentes de marketing y psicología de decisión del consumidor. Cómo vender y atender al comprador estadounidense. B2B, B2C, B2G Y B2I.

**SEMANA CUATRO:** Descripción del negocio estadounidense y la cultura social estadounidense - El efecto de la marca. ¿Es el mercado estadounidense una oportunidad adecuada para los productos y servicios de su empresa?

Una entrevista al final del programa está disponibles con el facilitador de EE. UU para responder cualquier pregunta confidencial, que no se haya abordado durante las reuniones del seminario en línea.

## **MES DOS**

Reuniones del mes 2: se centran en las estrategias y métodos para llegar al comprador estadounidense. En el primer mes, las reuniones consistieron en proporcionar información que permitiera a los participantes tomar una decisión sobre si el mercado estadounidense sería un mercado válido y apropiado para sus empresas. En el segundo mes, las reuniones explican a los participantes las opciones para la entrada al mercado de los EE.UU., responden preguntas relacionadas con el mercado y reciben formatos de entrada al mercado, lo que les permite crear un plan realista de entrada al mercado de EE. UU. (12 temas serán explicados a los participantes para que puedan completar su plan).

El título del programa del mes 2 es " Plan de entrada al mercado, opciones de marca y cómo llegar al comprador exigente en los Estados Unidos ".

**SEMANA UNO:** Descripción de los componentes de un Plan de Entrada al mercado de EE. UU. para los participantes del Programa. B2B, B2C, B2I o B2G. La psicología y los criterios de compra del consumidor se analizan e incorporan en el plan de entrada al mercado.

**SEMANA DOS:** Discusión de los recursos económicos necesarios. Los participantes completan las primeras cuatro partes del Plan de entrada al mercado.

**SEMANA TRES:** Revisión de estrategias de producto y los participantes completan las siguientes cuatro partes del Plan de entrada al mercado.

**SEMANA CUATRO:** Discusión de los sistemas de desarrollo de "leads" (prospectos) y los participantes completan las seis partes finales del Plan de entrada al mercado empresarial.

## **MES TRES**

Reuniones del mes 3 la implementación comienza: las reuniones interactivas en video del tercer mes son semanales y ayudan a las empresas participantes a ajustar, aplicar e implementar todas las herramientas de marketing, legales y financieras necesarias para ingresar al mercado estadounidense.

La asistencia de asesoramiento extendido consiste en el negocio, el marketing y el apoyo a la generación de leads brindados por nuestro grupo dedicado de consultores a los participantes del Mes Dos que decidieron implementar su Plan de Ingreso y de Marketing en los EE. UU.

Se confirman y ajustan los planes de entrada de mercadeo, se forman las entidades legales, se inician las conexiones bancarias, se inician las operaciones iniciales, el personal que trabaja en la empresa, la cadena de suministro, la producción y las actividades de servicio.

El Mes tres ofrece el asesoramiento semanal en línea (por seis meses o doce meses) que consiste en reuniones semanales de asesoramiento y orientación de 1.5 horas cada una para grupos pequeños de "marca paraguas" o para clientes individuales.

**El facilitador senior y asesor del mercado de EE. UU. para el seminario de inglés -** Prof. Roberto Ancis, CEO / Fundador de Coaching Professors, Inc. Es Lic. Física, Mtro. en Química e Informática, MBA con especialidad en Marketing, Administración y Negocios Internacionales. Es profesor, investigador, consultor de negocios y marketing técnico desde 1981.

Conocido a nivel nacional e internacional por sus seminarios en desarrollo de negocios, ventas, marketing, branding, marketing directo, marketing de distribución, divulgación y estrategias de Internet.

Hay doce facilitadores adicionales de seminarios en línea disponibles para llevar a cabo los Programas con acceso adicional a "Profesores" de MBA en las instituciones educativas asociadas y con consultores de negocios con experiencia en diferentes redes corporativas.

Después de haber enseñado Negocios Internacionales durante los últimos 37 años en la Escuela de Graduados de la National University y actualmente en la Universidad de Phoenix, para candidatos a MBA, el CEO y fundador de Coaching Professors, Inc. ha asesorado y proporcionado orientación a muchas compañías extranjeras para ingresar con éxito en el Estados Unidos y para las empresas estadounidenses a ampliar su alcance fuera de los límites nacionales de los Estados Unidos Desde 1981, también ha ofrecido talleres y seminarios sobre efectividad corporativa y personal, a más de 75,000 participantes.

**'Prof.' Roberto J. Ancis**  
**CEO de Coaching Professors, Inc.**  
**Tambine, CEO de Consulting Professors Online, LLC**  
**ceo@coachingprofessors.com**

**La facilitadora y asesora del mercado de EE. UU. para el seminario en español.**

Donaji Montes Estrada es Licenciada en Administración por la Universidad Nacional Autónoma de México, tiene un Diploma de la Universidad de Cambridge en Roadmapping Estratégico y un Diploma del Taller de Liderazgo en Innovación Global de la Universidad de Stanford.

Es la CEO y fundadora de Intechnational LLC, una firma de consultoría con sede en Silicon Valley que ayuda a las empresas de tecnología con sus negocios y proyectos internacionales. Es bilingüe y bicultural con más de 12 años de experiencia trabajando para empresas PyMEs tecnológicas. Actualmente, es parte de la Junta de Asesores de la Global Chamber en San Francisco y Regional Desk de la Cámara Global para LATAM y el Caribe. Además, es asesora externa del Consulado General de México en San José.

La Lic Montes trabajó para la Fundación México- Estados Unidos para la Ciencia A.C. en el programa Technology Business Accelerator (TechBA) en Arizona y Silicon Valley. Durante su carrera ha coordinado el trabajo de más de 30 consultores internacionales y ha ayudado a más de 155 empresas de tecnología.

**Donaji Montes Estrada**  
**Directora de Coaching Professors, Inc. - México**  
**también, CEO de Intechnational LLC**  
**Director.Mexico@CoachingProfessors.com**