

Modelo Canvas Exportador

El Modelo Canvas Exportador adapta los 9 bloques tradicionales al comercio internacional, para visualizar cómo ajustar el negocio al mercado de destino. Porque internacionalizar no es solo vender afuera, sino rediseñar el modelo para un nuevo entorno y reducir riesgos.



La adaptación de los 9 bloques para operar en mercados internacionales rediseña cada bloque para ajustar el modelo completo considerando:

Cultura del país de destino

Estructura real de costos exportadores

Normativas internacionales

Competencia extranjera

¿Cómo funciona concretamente?

Una empresa chilena de **aceite de oliva premium** se expande a **Alemania**, un mercado exigente en calidad y certificación. El reto **no es solo exportar**, sino **adaptar todo su modelo de negocio al nuevo entorno**.



1. Segmentos de clientes

¿Quién compra aceite premium chileno en Alemania?

- Consumidores gourmet.
- Tiendas especializadas orgánicas.
- Restaurantes de cocina mediterránea.
- Clientes que valoran certificación europea.



2. Propuesta de valor

¿Por qué elegirían este aceite y no uno italiano o español?

- Producto con certificación orgánica UE.
- Trazabilidad completa.
- Producción sustentable.
- Sabor diferenciado por terroir chileno.
- Posicionamiento premium.



3. Canal

¿Cómo llega el aceite al cliente alemán?

- Importador alemán especializado en productos gourmet.
- Distribuidores de tiendas premium.
- Participación en ferias internacionales.
- Venta B2B directa a restaurantes.



4. Relación con clientes

¿Cómo generar confianza en un mercado exigente?

- Etiquetado en alemán.
- Comunicación basada en calidad y sostenibilidad.
- Presencia en ferias gastronómicas.
- Certificaciones visibles en envase.
- Storytelling sobre origen chileno.



5. Fuentes de ingresos

¿Cómo y en qué moneda se vende?

- Venta por volumen a importadores.
- Precio en euros.
- Margen superior por posicionamiento gourmet.
- Negociación FOB o CIF según cliente.



6. Actividades clave

¿Qué debe hacerse distinto para exportar?

- Gestión y mantenimiento de certificación orgánica UE.
- Gestión documental aduanera.
- Logística marítima.
- Control de calidad exportador.
- Marketing internacional.
- Apoyo Prochile.



7. Recursos clave

¿Qué necesita la empresa para operar en Europa?

- Planta certificada.
- Equipo exportador.
- Marca registrada en UE.
- Asesor normativo europeo.



8. Socios clave

¿Quién facilita la entrada al mercado?

- Importador alemán.
- Operador logístico.
- Agencia certificadora.
- Cámara Chileno-Alemana.
- Apoyo Prochile.



9. Estructura costos

¿Cuánto cuesta realmente vender en Alemania?

- Transporte marítimo Chile-Alemania.
- Aranceles e impuestos.
- Certificaciones orgánicas.
- Diseño y adaptación de etiquetas.
- Seguro de carga.
- Costos financieros de exportación.
- Inversión en marketing internacional.



Internacionalizar no solo implica enviar tu producto o servicio al extranjero, sino que implica rediseñar los 9 bloques del modelo de negocio para un nuevo entorno competitivo.

