



La capacidad exportadora de su empresa

2021



B2BTRADECENTER

Introducción

¿Cómo saber si su empresa está calificada para exportar su producto o servicio? En este ebook encontrará algunos consejos que pueden ayudarlo con esta pregunta. El proceso de exportación crea la posibilidad de enfrentar otras realidades del mercado internacional, lo cual es muy bueno para la salud de la empresa. Adquirir conocimiento del mercado, traer nueva competitividad y nuevos competidores, genera buenas experiencias, además de ser bueno para el país y en especial para su empresa.



Análisis interno de la empresa



Análisis interno de la empresa

Capacidad de producción

Tiene la empresa capacidad instalada ociosa que se pueda utilizar para satisfacer la demanda generada por las exportaciones? ¿Puede realizar inversiones para ampliar su capacidad de producción? ¿Existe la posibilidad de incrementar la productividad con las instalaciones actuales?

Es importante preservar los logros alcanzados en el mercado interno y atender las nuevas demandas que generan las exportaciones de manera sustentable y profesional. Además de las cuestiones legales, los incumplimientos de compromisos y los retrasos comprometen la imagen y la credibilidad de la empresa.

¿Depende de los proveedores?

El mercado internacional es exigente en cuanto a estándares de calidad y plazos. Si el producto a exportar necesita proveedores durante su proceso de producción, será necesario evaluar si están preparados para cumplir con los estándares establecidos en su proyecto de exportación. Un eslabón más débil o defectuoso puede comprometer toda la corriente. Es posible que sus proveedores también necesiten ayuda y preparación para manejar su proyecto de exportación. Este es un aspecto que merece ser destacado, ya que se trata de un momento en el que los beneficios derivados de las exportaciones comienzan a irradiar a través del sector productivo, beneficiando también a otras empresas.

Análisis interno de la empresa

¿Su competencia en el mercado nacional puede exportar?

Las empresas, como las personas, pueden aprender unas de otras. Así, respetando los secretos industriales y comerciales y otros factores que son privados e importantes para la supervivencia de cada empresa, siempre hay un margen de cooperación y conocimiento que se puede compartir, beneficiando a la industria como un todo. A veces, las empresas pueden ayudarse entre sí, aprovechar sus complementariedades y, a veces, sumar sus esfuerzos, lo que se traduce en beneficios adicionales para todos. Es importante observar y si es posible, hablar con su competencia en el mercado interno y averiguar si pueden exportar, para dónde y cómo. Si otras empresas de su sector pueden exportar, ¿por qué su empresa no podría hacerlo?

Ventajas Competitivas

Algunos países tienen ventajas comparativas para algunos sectores o productos en relación con otros países. En otros términos, algunas naciones tienen condiciones que las hacen más competitivas en la producción de algunos bienes y servicios, en comparación con otras. Si la empresa pertenece a alguno de estos sectores, puede iniciar su andadura hacia el mercado exterior con alguna ventaja inicial.

Análisis interno de la empresa

Cultura

La cultura de una empresa está presente en la rutina de los empleados, procesos organizacionales, productivos y estratégicos. Por tanto, una cultura exportadora debe estar presente en la empresa.

Esta mentalidad es fundamental para un proceso exportador de mediano y largo plazo. La cultura hace que la resiliencia presente en los desafíos y la implementación de cambios sean más accesibles en el tiempo.



Profesional Capacitador

Una vez establecida la cultura exportadora, la empresa inicia la fase de análisis y planificación. Para esta fase necesitas un profesional capacitado. Si la firma no cuenta con un sector o un profesional específico para tal tarea, debe buscar ayuda externa.

Cada mercancía tiene documentación y especificaciones para poder ser exportada o importada. Además, cada país tiene regulaciones que fomentan ciertos mercados. Por eso, un profesional en el campo del comercio exterior es fundamental para la capacidad exportadora de la empresa.

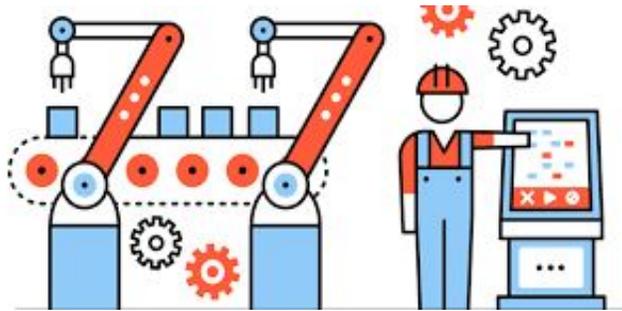
¡Hay varios portales y organismos públicos de orientación!

Producción y Distribución

Producto / Servicio

Como se indicó anteriormente, cada país tiene especificaciones para importación de productos y servicios. Por lo tanto, es importante asegurarse de que su producto cumpla con los requisitos del país al que desea exportar.

Es importante enfatizar la planificación financiera en este proceso de adaptación del producto. Los cambios pueden ser simples, como el empaquetado o etiquetado, o puede ser complejo como una cadena de producción. En ambos casos, los cambios exigirán una mayor rotación de caja.



Canales de Distribución

Con el producto listo y dentro de los requisitos exigidos por el país importador, la empresa debe preocuparse por los canales de distribución. Además del modal más adecuado para su producto, también se debe tener en cuenta el modal en el país importador.

Otro elemento importante para la distribución es el proveedor. Se debe cultivar y evaluar esta relación ampliamente antes de comenzar a exportar. El cumplimiento de los plazos y la consistencia en la idoneidad del producto es fundamental. Cambiar de proveedor puede ser un proceso agotador y costoso, por lo que debe evaluarse cuidadosamente antes de cerrar un trato con cualquier proveedor.

Comercialización:

¿La empresa es capaz de realizar una comercialización directa o necesitará intermediarios?

Hay varias formas de comercializar un producto. Podemos dividirlos en dos grandes grupos y dividirlos en modalidades más específicas. Uno de los grupos es la **comercialización directa**, que se da cuando el exportador realiza todo el proceso, es decir, sin interferencia de intermediarios.

- **Contacto directo:** Ocurre cuando el exportador habla directamente con el importador. Una vez que se identifica al comprador extranjero, el vendedor negocia precios, métodos de envío, términos, entre otras cosas. En este caso, la empresa exportadora necesita tener un cierto grado de conocimiento en exportaciones, para poder llevar a cabo la negociación de la mejor manera posible.
- **Agente de exportación:** Esta modalidad se da cuando el contacto comercial lo realiza un agente de exportación, un profesional del área que realiza la negociación. Esta forma de negociación es muy ventajosa para las empresas que no conocen las exportaciones.

• **Filial de ventas en el exterior:** En este modelo, la empresa tiene una Filial de ventas en el país importador.

El otro grupo es el comercio indirecto, que se produce cuando la empresa vendedora contrata a otra empresa para encontrar un comprador y realizar negociaciones.

- **Sociedad de Propósito Específico (SPE):** Es una sociedad formada por micro y pequeñas empresas, para la compra y venta de bienes y servicios tanto en el mercado nacional como internacional.
- **Comerciales de exportadoras:** En esta modalidad, el productor vende su producto a empresas comerciales exportadoras, que a su vez revenden el producto al mercado internacional. Es muy beneficioso para las pequeñas y microempresas que adquieren experiencia y contactos internacionales.
- **Representantes comerciales internacionales:** Hay varios representantes de empresas internacionales que compran productos nacionales para enviarlos a su país de origen.

Patente y Marca Registrada

¿Se han considerado los aspectos relacionados con marcas y patentes?

Tanto para el mercado nacional como para el extranjero, su producto debe tener una patente y un registro de marca. Con el objetivo de exportar, es sumamente importante verificar la patente y marca registrada del país importador, para que no haya infracción de los registros.

- **Patente:** Es un documento formal, emitido por una agencia pública, que reconoce y otorga derechos exclusivos de propiedad, uso, venta e importación. (Una persona física o jurídica puede obtener una patente).
- **Marca:** Es una representación simbólica, sea la que sea, de una entidad. Símbolo que permite la identificación inmediata de la entidad referida.

Además de la marca y la patente, existe una indicación geográfica. Documento con la misma finalidad que los mencionados anteriormente, pero con la distinción de que se determina por región de origen.

Los tres documentos pueden ser emitidos por organismos públicos.