

# GUÍA DE EXPORTACIÓN (PRIMERA PARTE)

## Introducción

Exportar es una alternativa de desarrollo de las empresas mexicanas para impulsar la economía del país; para lograr el éxito en la exportación, se requiere hacer un análisis de su empresa, determinar si está lista para exportar directa o indirectamente, y si no lo está, sus áreas de oportunidad. Lo más importante en esta labor es el esfuerzo del empresario para llevar a buen término sus objetivos.

## 1. Tener un producto competitivo

### **Defina si su producto es competitivo**

Un producto competitivo es aquel que goza de atributos en calidad, precio, diseño, unicidad o exclusividad que lo hacen más atractivo que la competencia.

El punto de partida para iniciar la exportación es contar con un producto competitivo que satisfaga las necesidades, gustos y preferencias del mercado meta mejor que la competencia.

Es importante asegurarse de que su producto cuente con ventajas atractivas sobre sus competidores, de tal manera, que lo haga un producto único o diferenciable, para esto se recomienda la elaboración de un estudio sobre la competitividad del producto.

Si su producto ha tenido buena aceptación en el mercado nacional, tiene mayores posibilidades de tener éxito en el mercado externo, si por ahora su producto no dispone del grado de competitividad deseado por el mercado meta, es recomendable desarrollar las características deseables y hasta entonces, iniciar la exportación.

Para contar con asesoría o hacer un estudio sobre la competitividad de su producto, se recomienda lo siguiente:

- a. Compárelo con el de la competencia nacional, en cuanto a diseño, precio, calidad, utilidad, exclusividad o lo que crea conveniente, según las características deseables de su producto; o bien diríjase a puntos de venta de productos de importación similares al suyo y realice la misma operación.
- b. Se recomienda investigar sobre gustos y preferencias de los consumidores, niveles de venta y precio; características de su producto en el mercado destino, ya sea en documentación bibliográfica o bien, solicitar información en la Cámara bilateral correspondiente en el extranjero.
- c. Consultar o adquirir un estudio de mercado, si no se encuentra uno sobre su producto o mercado, puede ser de utilidad alguno similar dirigido al mercado deseado, o bien, a otro mercado.
- d. Acuda una empresa de diseño, con el fin de mejorar el diseño del producto y envase.
- e. Consulte en las cámaras bilaterales o representaciones comerciales del extranjero en México sobre gustos, preferencias, ventas e importaciones de su producto.
- f. Consulte los programas de apoyo del gobierno federal

### **Conozca su producto**

Es imprescindible que usted conozca bien su producto y su negocio; entre más conocimiento y experiencia tenga sobre éstos, mayores serán las probabilidades de éxito en la exportación.

Se debe tener claro si su producto es competitivo, para esto compárelo con el de la competencia nacional o del extranjero o acuda con expertos que lo puedan orientar sobre la competitividad de su producto.

Para tener mayor claridad de las cualidades intrínsecas (propias) y extrínsecas (externas) de cada uno de sus productos, se deben tomar en cuenta los siguientes puntos:

- a. Estudio FODA en donde se determinen las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de su producto, en comparación con los ofrecidos por la competencia al nivel nacional e internacional.
- b. Determinar las características físicas de su producto como tamaño, peso y capacidad para su almacenamiento.
- c. Realizar pruebas de control de calidad con parámetros internacionales de medición.
- d. Realizar pruebas con personas que se adecuen a su segmento meta en otros países, en las que se ponga a prueba el producto o servicio ofrecido y se tomen en cuenta sugerencias y recomendaciones de mejora.

### **Cuente con buena calidad y precio**

La calidad es la comparación fundamentada de un producto con parámetros establecidos dentro del mercado al cual se piensa vender dicho producto. Se debe tener en cuenta que todos los productos tienen cierto grado de calidad, pero ésta varía y va de pésima a excelente, por lo que la comparación con los productos ofrecidos en el mercado meta es fundamental para determinar la viabilidad de la exportación.

Es indispensable contar y poder asegurar una buena calidad en su producto para la exportación; uno de los principales problemas en las empresas que inician en la exportación es su incapacidad de cumplir con los requerimientos de calidad, los volúmenes y el tiempo establecido en el contrato.

El precio de su producto también es determinante a la hora de exportar, se debe asegurar de que el precio de su producto esté fijado de una manera óptima y que tenga un buen control sobre los costos de producción, para garantizar cierto grado de utilidad al momento de su comercialización, ya que además del costo unitario se deben tener presentes los costos que implica la exportación, por ejemplo el precio de la logística, seguros e impuestos.

### **Tenga ventajas competitivas en su producto**

Una compañía tiene ventaja competitiva cuando cuenta con una mejor posición que los rivales, para asegurar a los clientes y defenderse contra las fuerzas competitivas.

Es muy importante que su producto cuente con ventajas competitivas claras que lo distingan de la competencia; las ventajas competitivas están determinadas por mejor precio, diseño, calidad, servicio post-venta, rapidez de entrega, comodidad, facilidad de pago, exclusividades, posición geográfica o variedad de productos.

### **Cumpla con volumen y especificaciones, costo, contratos y seguros**

Es importante cumplir con las especificaciones de producción estipuladas en los contratos que ya se firmaron o están próximos a firmarse con su cliente en el extranjero. Como empresa debe estar consciente de que todas las cosas que ofrece desde un principio son las mismas que va a dar cuando entregue la mercancía, para esto es importante que realice un análisis de costos y precios en los que incluya todas las erogaciones con motivo de la exportación, el punto de equilibrio en el que se verifica el nivel de producción que necesita vender su organización para tener utilidad, así como la capacidad instalada de producción de su empresa. También es importante cumplir con los tiempos mencionados en los contratos ya que mediante ello se establece, día a día, una relación más sólida con sus clientes fundamentados en la confianza y honestidad.

Para lo cual es indispensable contar con un amplio conocimiento sobre los beneficios y desventajas de cada uno de los medios de transporte por los que puede enviar su mercancía, ya sea marítimo, terrestre, aéreo o en su caso multimodal y analizar la mejor opción de acuerdo al tipo de mercancía.

El ámbito legal de cada país es otro aspecto fundamental que debe considerar cuando tiene pensado realizar una exportación, dado que existen normas no arancelarias que se deben cumplir para realizar todo el proceso de exportación sin ningún problema; las características y especificaciones técnicas de cada país en envase, empaque, embalaje y características propias del producto se deben tomar en cuenta para reducir el grado de incertidumbre producido por la nueva experiencia.

Si usted asegura sus mercancías, obtendrá tranquilidad y seguridad al momento de la transportación de su mercancía al país destino; verifique los diversos planes que se ofrecen en su mercado con el objetivo de seleccionar el que más convenga a sus necesidades en función del costo, cobertura y beneficios adicionales que ofrezca. Estos cubren los bienes en cualquier medio de transporte, y se protegen contra incendio, explosión, varada, hundimiento, colisión, bultos caídos al mar, desplome de aviones, volcadura, descarrilamiento y rotura de puentes, entre otros. Existen coberturas adicionales como robo, mojadura, oxidación, rotura, derrame, mermas, etc. Para tal fin se recomienda consultar diversas compañías así como los seguros que ofrecen las empresas transportistas, navieras y aéreas.

## **2. Ser una empresa competitiva**

### **Defina si su empresa es competitiva**

La competitividad es la medida en que una organización es capaz de producir bienes y servicios de calidad, que logren éxito y aceptación en el mercado global. Añadiendo además que cumpla con las famosas tres "E": eficiencia, eficacia y efectividad. Eficiencia en la administración de recursos, eficacia en el logro de objetivos y efectividad comprobada para generar impacto en el entorno. Una organización se considera competitiva si tiene éxito mantenido a través de la satisfacción del cliente, basándose en la participación activa de todos los miembros de la organización para la mejora sostenida de productos, servicios, procesos y cultura en las cuales trabajan.

Una empresa competitiva debe contar con los recursos humanos, financieros, de calidad técnica y productiva para poder hacer frente a la competencia.

La exportación requiere de una empresa competitiva para tener éxito en el mediano y largo plazo, implica encauzar los suficientes recursos (humanos, materiales, financieros) a esta actividad con el fin de convertir a la empresa en una organización orientada a la exportación.

Para buscar apoyo en la competitividad de su empresa acuda a las Representantes Federales de la Secretaría de Economía para que lo acerquen al Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica A.C. (COMPITE)

<http://www.compitemex.org.mx/> en donde desarrollan a través de consultoría y capacitación especializada a PyMES altamente eficientes y productivas con elevados estándares de calidad y responsabilidad social.

### **Defina el objetivo de su empresa**

Defina por cuál de las siguientes razones desea exportar:

- a) Por haber mercado interno saturado (si ya no puede vender más en el mercado nacional).
- b) Acumulación de inventarios (por tener exceso de mercancía).
- c) Capacidad instalada ociosa (por no estar produciendo al límite de su capacidad).

- d) Ofertas de compra del exterior.
- e) Conquista de mercados nuevos.
- f) Mayor volumen de ventas.
- g) Mejor cotización por el producto.

Los objetivos de la a – d, obedecen a situaciones eventuales, por lo cual se debe tener cuidado de querer exportar con base a estos propósitos.

Los objetivos de la e – g, significan metas claras que aseguran en mayor medida el éxito en el proyecto y una mayor presencia en el mercado externo.

### **Determine si cuenta con oferta exportable**

Como "Oferta Exportable" se denomina contar con un producto competitivo (que cumpla con los requerimientos de calidad, precio y ventajas competitivas) y tener la capacidad de producción, entrega a tiempo y flexibilidad para cumplir con los términos de su contrato de exportación.

Para saber si cuenta con oferta exportable, usted deberá analizar los siguientes rubros:

- a) Contar con un producto competitivo.
- b) Conocer la capacidad y ritmo de producción de su empresa para saber si puede cumplir con los volúmenes solicitados por su cliente sin disminuir la capacidad de su producto; de lo contrario se corre el riesgo de no permanecer en el mercado y perder credibilidad en el exterior.
- c) Debe contar con los apoyos suficientes para presentar su producto en el exterior de manera adecuada, como folletos de calidad adaptados al mercado meta.
- d) En caso de empresas micro, pequeñas y medianas, es conveniente analizar la posibilidad de integrarse con compañías de su mismo ramo o de productos complementarios, se sugiere ver el siguiente sitio web <http://www.empresasintegradoras.org.mx/>
- e) Si no se está en posibilidades de asegurar la oferta exportable, se recomienda esperar hasta que se pueda asegurar un nivel de producción suficiente para ello.

Otras recomendaciones después de analizar si cuenta con oferta exportable son:

- a) Determine la capacidad de producción de su empresa.
- b) Determine el grado de respuesta de la empresa ante un fuerte incremento en la demanda externa de su producto, sin disminuir la calidad.
- c) Analice la seguridad de sus proveedores para abastecerle de manera oportuna.
- d) Analice la posibilidad de integrarse o unir esfuerzos con empresas de su mismo ramo.
- e) Si considera que es necesario mejorar la productividad en el proceso de producción de su empresa, solicite los servicios de la Secretaría de Economía (SE).

### **Determine si cuenta con el personal**

Para exportar es imprescindible contar con el apoyo y disposición de su personal, para tal fin es importante que esté capacitado sobre los distintos temas de comercio exterior.

Defina si puede desarrollar dentro de su empresa o subcontratar funciones de diseño, producción, investigación y promoción en el mercado meta; búsqueda de mercados y contrapartes, negociación, envase y embalaje, envío de la mercancía, transporte y servicios aduanales.

Las actividades y funciones de la empresa serán orientadas a la exportación, por lo que el personal, aún tratándose de una micro o pequeña empresa, deberá cubrirlas, para ello, la capacitación es imprescindible, de la misma manera, es necesario para saber exigir un buen servicio relacionado con la exportación o para evitar problemas o gastos innecesarios. Si la empresa dispone del personal requerido para cubrir las actividades inherentes a la producción, promoción y comercialización del producto, es recomendable la creación de un departamento de comercio exterior.

### **Determine si cuenta con los recursos financieros**

Considere en su análisis, los siguientes costos y gastos:

- 1) Producción, comercialización y envío.
  - a) Gastos administrativos.
  - b) Materia prima.
  - c) Mano de obra.
  - d) Envase y embalaje para la exportación.
  - e) Transporte.
  - f) Seguros.
  - g) Trámite aduanero.
  - h) Pago al agente aduanal.
- 2) Prospección y promoción.
  - a) Ferias y exposiciones.
  - b) Viajes de reconocimiento
  - c) Elaboración y envío de catálogos.
  - d) Publicidad.
- 3) Defina la forma en que financiará su proyecto (recursos propios; coinversión; crédito financiero para la producción y/o exportación).
- 4) Indague sobre los servicios financieros gubernamentales

Se recomienda disponer de recursos financieros suficientes para llevar a cabo la exportación, de lo contrario se corre el riesgo de iniciar y no poder continuar por falta de financiamiento. Para tener acceso a los créditos financieros de la banca de fomento, es necesario presentar un proyecto viable de exportación y ser sujeto de crédito.

## **3. Conocer su mercado**

### **Defina su mercado y el sector de mercado**

Preseleccione países que ofrezcan las mejores oportunidades para su producto:

- a) Estadísticas de exportación de México a diferentes mercados y estadísticas de importación de posibles mercados de interés de productos mexicanos.
- b) Indague si existen preferencias arancelarias, en el marco de los tratados y acuerdos internacionales de comercio, y el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP).
- c) Situación económica, política, social y geográfica.
- d) Gustos y preferencias del mercado meta.
- e) Afinidad cultural, costumbres.
- f) Sobre el segmento del mercado: nivel de ingresos, edades, cuántos son.
- g) Ventas potenciales: cantidad y valor del consumo actual, tipo de consumidores, puntos de venta.
- h) Exigencias, requisitos del país destino para su producto.

- i) Canales de comercialización y distribución del país destino.
- j) En los países de interés, de cuales se reciben importaciones de su producto, quiénes son sus competidores, precios, características, entre otros.
- k) Opciones de transporte y sus costos.
- l) Una vez definido el mercado es muy conveniente realizar un viaje de observación, que permitirá analizar lo relacionado con: producto, precio, formas de comercialización y distribución puntos de distribución y competencia.

Aproveche los servicios de las instituciones y dependencias de los sectores público y privado.

### **Conozca a su cliente**

La segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. La esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores. Uno de los elementos decisivos del éxito de una empresa es su capacidad de segmentar adecuadamente su mercado.

Para definir el mercado es necesaria la segmentación de éste a través de diversas variables que el empresario debe considerar antes de aventurarse a exportar un producto, dado que esto le ayudará a planear mejor sus estrategias genéricas, así como la promoción y publicidad que acompañará el lanzamiento de sus artículos. Las variables son las siguientes:

- a) Segmentación geográfica: requiere dividir el mercado en diferentes unidades geográficas, como países, estados, regiones, provincias, población, además de contemplar diversos aspectos como son las vías de comunicación, hidrografía, orografía y clima.
- b) Segmentación socio demográfica: consiste en dividir el mercado en grupos, por mencionar algunos: la edad, el sexo, el tamaño de la familia, el ciclo de vida de la familia, los ingresos, la ocupación, el grado de estudios, la religión, la raza y estratos sociales.
- c) Segmentación psicográfica: divide a los compradores en diferentes grupos con base en las características de su clase social, estilo de vida y personalidad.
- d) Segmentación conductual: divide a los compradores en grupos, con base a su conocimiento en un producto, su actitud ante el mismo, el uso que le dan o la forma en que responden a un determinado producto. Entre los grupos se destacan: beneficios esperados, ocasión de compra, periodo de uso, lealtad, conocimiento, y actitud ante el producto.

La empresa, después de evaluar los diferentes segmentos, tendrá que decidir cuáles y cuantos segmentos cubrirá.

Para asegurar el éxito en la operación comercial es imprescindible la selección de una buena contraparte, para ello, es necesario contar con referencias de localización, operación y buen pago. Indague sobre el volumen de ventas; capacidad financiera y buena fama en relación al cumplimiento de compromisos y pagos. Tenga como regla llevar a cabo operaciones sólo con empresas sanas. Existen compañías dedicadas a dar información sobre solvencia de las empresas en el exterior.