

¿Es la exportación la opción correcta para mí?

Resumen

En esta primera sesión, empezaremos con la pregunta básica: ¿Es la exportación la opción correcta para mí? Incluiremos qué es exportar y cómo la exportación se compara y contrasta con sus estrategias de ventas locales actuales. También hablaremos acerca de por qué usted debería estar exportando y cuáles son los costos, los riesgos y los beneficios. Por último, analizaremos las razones por las que muchas empresas no desean exportar a pesar de los beneficios.

Introducción

Bienvenido a la serie de *podcasts* de LA Export, presentada por El Camino College Center para el Desarrollo de Comercio Internacional.

Cada *podcast* se enfocará en un tema específico de la exportación y será presentado por un experto de la industria. Nuestra serie completa lo llevará a través de todas las fases del proceso de exportación, desde cómo comenzar hasta cómo ser remunerado y entregar los bienes. A lo largo de la serie, compartiremos recursos que pueden ayudar a motivarlo y prepararlo para exportar exitosamente, incluyendo recursos web gratuitos y lectura adicional.

En esta primera sesión, empezaremos con la pregunta básica: ¿Es la exportación la opción correcta para mí? Incluiremos qué es exportar y cómo la exportación se compara y contrasta con sus estrategias de ventas locales actuales. También hablaremos acerca de por qué usted debería estar exportando y cuáles son los costos, los riesgos y los beneficios. Por último, analizaremos las razones por las que muchas empresas no desean exportar a pesar de los beneficios.

Presentador: Maurice Kogon

Nuestro presentador es Maurice Kogon, Director de El Camino College Center para el Desarrollo de Comercio Internacional. Maurice tiene más de 49 años de experiencia en el campo de los negocios internacionales como funcionario del gobierno de los Estados Unidos, ejecutivo de negocios, educador y consultor. Ha escrito, dictado conferencias y capacitado ampliamente en Comercio Internacional y ha desarrollado numerosas herramientas basadas en la web para la exportación que ahora se utilizan en todo el mundo. También fue Presidente de NASBITE y ha trabajado en la Junta de Gobernadores de NASBITE desde 1999. Maurice obtuvo los grados de Magíster y Licenciado en Relaciones Internacionales en la Universidad George Washington.

¿Qué es exportar?

Si usted está pensando acerca de la exportación, pero no está seguro de si es lo mejor para su empresa, esta sesión es para usted. Verá que exportar podría ser un elemento clave de su estrategia de crecimiento, y querrá aprender más para hacer que suceda.

En su sentido más simple, una exportación ocurre cuando un producto o servicio se vende a un comprador en otro país. Por ejemplo, si usted vende a un comprador en Canadá, es una exportación a Canadá. Si el canadiense compra el artículo en California, pero lo vuelve a llevar a Canadá, también es una exportación.

¿Por qué exportar?

¿Qué sucede cuando usted se expande de un mercado local más pequeño al mercado mundial, mucho más grande? El resultado pueden ser mucho más pedidos y nuevas oportunidades. Más del 95 % de los consumidores mundiales se encuentran fuera de los Estados Unidos y dos tercios del poder de compra mundial también están fuera de los Estados Unidos. Sin embargo, el 85 % de los fabricantes estadounidenses no exportan en absoluto, y más de la mitad del 15 % que sí exporta vende sólo a dos países, Canadá y México.

¿Tiene algún sentido para el 85 % de los fabricantes estadounidenses vender a sólo el 4 % de los consumidores mundiales, cuando podrían estar vendiendo al otro 96 %? ¿Tiene algún sentido para más de la mitad de las empresas que exportan vender sólo a dos países, cuando podrían estar vendiendo también a los aproximadamente 200 otros países que quisieran sus productos? Por supuesto que no. Bien, quizá piensen que exportar podría ser tan diferente de cómo venden localmente que no podrían realizar el ajuste. Examinemos las similitudes y las diferencias. Verá que existen muchas similitudes y que puede aprender a resolver las diferencias.

Vendiendo las similitudes

Exportar se parece a una venta local de muchas maneras. El producto que usted exporta es esencialmente el mismo producto que vende internamente. Usted normalmente pone precios, factura a los clientes, y le pagan en dólares cuando exporta, de la misma manera que de forma local. Organiza el transporte de su producto al local del cliente, que está en un país diferente.

Para exportar, usted usará las mismas mejores prácticas que utiliza localmente, como la investigación y el planeamiento para evaluar el mercado y desarrollar estrategias de mercado; utilizará la Web, el correo electrónico, la prensa de comercio, y presentaciones de comercio para mercadotecnia de productos, y creará redes de ventas y distribución regionales. En resumen, con la exportación, usted está haciendo muchas de las mismas cosas que realiza aquí, sólo que en otro país.

Vendiendo las diferencias

Aunque haya muchas similitudes entre exportar y vender internamente, también existen diferencias importantes. Éstas no deberían ser un factor en contra sólo porque son cuestiones nuevas para usted. Verá que puede obtener mucha ayuda para lidiar con esas diferencias cotidianamente. Estas son las principales diferencias:

Una diferencia es que las exportaciones se canalizan a menudo a través de agentes o distribuidores en cada país, en lugar de venderse directamente a los usuarios finales. Estos intermediarios son recursos para usted, no agentes extras, porque ellos conocen mejor el mercado y están adecuadamente conectados con los usuarios finales de su producto.

Una segunda diferencia es que las exportaciones se pagan usualmente al convertir monedas extranjeras a dólares. Por ejemplo, si usted cotiza un precio en dólares estadounidenses, el importador cambiará una cantidad de moneda equivalente local a la cantidad en

dólares que usted cotizó. Al final, esta conversión es realizada rutinariamente por los bancos y a usted se le paga en dólares.

Una tercera diferencia es que se utilizan diferentes métodos de pago para ventas de exportación. Muy pocas veces se paga por adelantado. La mayoría de las veces, le pagarán después de que envíe los bienes. Estos pagos normalmente se procesan a través de bancos en ambos lugares, en lugar de directamente del comprador al vendedor. Los bancos agregan un nivel de protección contra el incumplimiento del comprador.

Una cuarta diferencia es que exportar implica realizar más papeleo y de diferentes tipos, como facturas comerciales, boletos de embarque y certificados de origen. Muchos exportadores utilizan transitarios profesionales para manejar todos sus documentos de exportación.

Una quinta diferencia es que exportar implica a menudo costos agregados para entregar los bienes del país del exportador al país del importador. Si es así, un transitario puede dar asesoramiento sobre la embarcación y los costos del seguro y encargarse de toda la organización para transportar los bienes al destino final.

Una sexta diferencia es que las exportaciones están sujetas a derechos e impuestos de aduana en los países importadores. Sin embargo, estos costos son asumidos por el comprador, no por usted.

Una séptima diferencia consiste en que las exportaciones también están sujetas a una variedad de regulaciones en los países importadores, como estándares de salud, seguridad o técnicos. Aunque usted debe cumplir con esas regulaciones, su transitario le puede decir cuáles son y cómo cumplir con ellas.

Una octava diferencia es que las exportaciones deben pasar por la aduana del punto de destino antes de que el importador pueda tomar posesión de ellas. Sin embargo, es responsabilidad del importador pasar los bienes, no de usted.

Una última diferencia es que los países a los que usted exporta tienen prácticas culturales y de negocios muy variadas, incluidos diferentes idiomas, religiones, estilos de negociación, conceptos del tiempo, preferencias o fobias con respecto a los colores y símbolos, actitudes frente a los contratos y gustos. Estos pueden hacer diferencia en cuán bien usted, la documentación de su producto o su producto se reciben en el mercado. Al aprender acerca de estas diferencias con anticipación, usted puede tomar medidas para adaptarse según lo necesite para impulsar su receptividad y evitar ofender a sus clientes.

Beneficios de la exportación

Hasta ahora, hemos hablado de cómo la exportación puede expandir enormemente su potencial de ventas, y es más una extensión de su negocio local que una actividad completamente nueva y diferente. Ahora, analicemos detalladamente los beneficios de la exportación, así como los costos y los riesgos. Iniciaremos con los beneficios.

El beneficio principal es la oportunidad de ganar más dinero. Al incrementar las ventas al mercado mundial, mucho más grande, usted probablemente crecerá en producción y retendrá o contratará más trabajadores para cumplir con los nuevos pedidos. Las tendencias de producción más altas le permiten reducir los costos de unidad. La combinación de ventas incrementadas y costos unitarios más bajos significa más ganancias para reinvertir en el negocio.

La exportación también puede extender el ciclo de vida de sus productos. Por ejemplo, si usted elabora productos de temporada, puede continuar vendiendo a países cuyas estaciones están por comenzar cuando la temporada en su país ya está por finalizar. Además, si usted está inmerso en una tecnología acelerada, las versiones más antiguas de sus productos aún podrían tener demanda en muchos países menos desarrollados.

La exportación también es una forma de disminuir su dependencia de solo el mercado local, particularmente en tiempos de recesión. En lugar de reducir su capacidad o despedir trabajadores cuando decae la demanda local, podría descubrir que la demanda de productos como el suyo es todavía importante, o incluso crece, en otros países que no están en recesión.

Costos de la exportación

Hasta ahora, hemos hablado acerca de los beneficios de exportar. Sin embargo, una pregunta clave que debe hacerse ante cualquier nuevo emprendimiento es si los beneficios superan a los costos y los riesgos. Creemos que sí. No sólo eso, sino que los costos y los riesgos también son manejables si usted sabe qué hacer. Primero hablemos de los costos. Tenga presente que, excepto por los costos de personal, muchos costos son los mismos para exportar que para su actividad local; es sólo más de lo mismo cuando se expande a otros mercados. Además, estos costos agregados por exportación se pasan a sus clientes extranjeros, con márgenes de ganancia apropiados, así como usted hace aquí.

El costo más importante es el de exportar experiencia. Necesitará esa experiencia para evitar cometer errores cuando se enfrente a nuevos mercados. Existen tres formas básicas de adquirir la experiencia necesaria:

1. capacitar a una o más personas de su equipo actual en exportación; o
2. contratar a alguien con experiencia en exportación; o
3. subcontratar la función de exportación, normalmente a una Empresa de Gestión de Exportación (*Export Management Company*, EMC). Una EMC actuará en su representación para exportar, realizar todo el trabajo para encontrar compradores, y ser remunerado sólo si ocurre una venta, usualmente en forma de comisión (un porcentaje de la venta). La comisión se descuenta de las ganancias. Esto podría ser una buena opción para el comienzo, si no desea las preocupaciones o los costos de hacer todo usted mismo.

Los costos de exportación no relacionados con el personal son opcionales y variables; dependen de cuán importante sea la actividad y cuánto desee gastar. Verá que muchos de esos costos de exportación son iguales o similares a los costos que usted ya experimentó en su negocio local, por ejemplo:

- costos de investigación sobre los mejores mercados de exportación y estrategias de mercadeo, o
- costos para adaptar su sitio web para atraer a una audiencia global más amplia, o
- costos de nuevos materiales de mercadeo, como folletos, catálogos y listas de precios de exportación, o
- costos de publicidad y mercadeo en países objetivos, o
- costos para viajar a mercados potenciales y conocer clientes, o
- costos de puestos en presentaciones comerciales en el extranjero, o
- costos para modificar su producto, o su documentación de producto, para cumplir con los requerimientos o preferencias en sus mercados objetivos.

Riesgos de la exportación

¿Qué sucede con los riesgos de exportar? O, dicho de otra manera, ¿es la exportación demasiado riesgosa para una empresa como la mía? No hay duda de que exportar puede ser riesgoso, y sabemos que muchas empresas eligen no exportar por miedo a los riesgos percibidos, como:

miedo de no ser remunerado o perder dinero, o
miedo a la violación de patente, marca registrada o derechos de autor, o
miedo de violar alguna ley o regulación desconocida.

Muchos de los riesgos de exportar son autoinflingidos y por lo tanto evitables, usualmente como resultado de ignorancia, ingenuidad o falta de diligencia debida, como:

tratar de perseguir demasiados de los mercados equivocados; o
utilizar documentación de ventas que es involuntariamente ofensiva, o
aplicar métodos de mercadeo estadounidenses no comunes en otros países; o
designar distribuidores extranjeros incompetentes o
no proteger la propiedad intelectual; o
acordar pagos o plazos innecesariamente riesgosos, o
tratar de manejar toda la documentación y el envío de exportación usted mismo.

Los siguientes *podcasts* abordarán los riesgos de exportación con más detalle. Por ahora, debería saber que estos y otros riesgos de exportar son manejables si usted sabe cómo hacerlo. También existen muchas herramientas, recursos y proveedores de servicios para ayudar a mitigar el riesgo tanto comercial como político.

Mitos sobre la exportación

A pesar de todos los beneficios de exportar, más del 85 % de los fabricantes estadounidenses aún no exportan. Venden a sólo el 4 % del mercado estadounidense, e ignoran o evitan el 96 % de los consumidores mundiales fuera de los Estados Unidos. ¿Por qué ocurre esto? ¿Por qué descartan este enorme potencial de muchos más mercados y ventas incrementadas?

- Una razón es la IGNORANCIA. Simplemente no están al tanto de:
- sus propios potenciales de exportación, o
- los beneficios de la exportación, o
- de qué forma exportar, o
- toda la ayuda que ellos pueden obtener para que eso ocurra.

Una segunda razón es el MIEDO a exportar: miedo a lo desconocido, de ser estafado o de cometer errores costosos. Los fabricantes asumen lo peor y se resisten incluso a intentar. Una tercera razón es la DUDA de que exportar sea la opción correcta para ellos, basados en conceptos equivocados comunes como "Mi empresa es demasiado pequeña para exportar", o "Es muy complicado", o "Es muy riesgoso", o "Es muy caro", o "No puedo competir internacionalmente". Estos son mitos y excusas. Por ejemplo, tengo una empresa muy pequeña para exportar. Error. Más del 97 % de los exportadores activos de Estados Unidos tienen pequeños negocios, la mayoría con menos de 20 empleados. Exportar es muy complicado. Error. Los aspectos más complicados acerca de las normas, la documentación y la financiación de exportaciones normalmente son tratados por su transitario y su banquero, no por usted. Exportar es muy arriesgado. No necesariamente. Existen maneras de mitigar los tres riesgos de mayor preocupación:

- garantizar que obtendrá el pago por sus ventas de exportación,
- ayudarlo a cumplir con todas las normas comerciales pertinentes, y
- proteger su propiedad intelectual en mercados extranjeros.

Exportar es muy costoso. No necesariamente. Existen diversas maneras económicas que pueden ayudarlo a empezar, buscar los mejores mercados y buscar compradores extranjeros que estén interesados. Simplemente no puedo competir a nivel internacional. Probablemente no. Si usted vende exitosamente su producto en el mercado estadounidense, altamente competitivo, usted ya conoce la misma competencia extranjera y estadounidense a la que se enfrentará a nivel internacional. Así que basta de excusas. El tema de nuestro siguiente podcast será sobre ayudarlo a estar "listo para exportar".

Créditos

Gracias por escucharnos y en especial gracias a Maurice Kogon por compartir su tiempo y sus puntos de vista acerca del comercio

internacional. Eche un vistazo a nuestra línea completa de podcasts LA Export Series en nuestro sitio web www.exportassist.org, donde encontrará información acerca de temas adicionales sobre exportación con herramientas y fuentes complementarias.

Este podcast llega a ustedes gracias a El Camino College Business Training Center, una fuente confiable que brinda asistencia y capacitación de alta calidad para ayudarlo a satisfacer sus necesidades de una mano de obra más productiva y competitiva.

El Business Training Center es parte de El Camino College Community Advancement Division y se enorgullece de ser parte de la misión de desarrollo económico del estado para impulsar el crecimiento económico de California y la competitividad global a través de una educación de calidad y servicios centrados en la mejora continua de la mano de obra, la implementación de tecnología y el desarrollo de negocios.

La financiación de este podcast fue proporcionada por El Camino College Center para el Desarrollo de Comercio Internacional y la Colaboración Estatal para las minibecas de Educación de Sistemas de Información Computarizada para Negocios de Coastline Community College.

Copyright © 2010, El Camino College Business Training Center. Todos los derechos reservados.