



“METODOLOGIA DE EXPORTACIÓN PARA PYMES”

Introducción:

¿Es el siguiente paso de mi emprendimiento exitoso la exportación?. Este cuestionamiento, siempre se encuentra presente en el directivo exitoso. ¿Cómo hacerlo?, ¿Es el camino adecuado? ¿Cómo enfrentarlo?, son algunos de las preguntas que queremos responder en este breve ensayo.

Empezaremos haciendo un recuento de que son las PyMES, para luego abordar la problemática de las exportaciones que afrontan, algunos tips para exportar con éxito, la actitud del exportador exitoso, como exportar su conocimiento y finalmente un estudio que trata de determinar, si las PyMes exportadoras, son más productivas

PYMES

Las pequeñas y medianas empresas, conocidas también como PyMEs, son empresas con características distintivas, que tienen dimensiones con ciertos límites ocupacionales y financieros prefijados por los presupuestos, estados o países.

Las PyMEs son agentes con lógicas, culturas, intereses y un espíritu emprendedor específicos.

Las pequeñas y medianas empresas cumplen un importante papel en la economía de todos los países.

En gran cantidad de países, es común tener entre el 70% y el 90% de los empleados en este grupo de empresas.

Es por este motivo, que los gobiernos de los países, han implementado formas de motivar a las PyMes, a que ingresen en nuevos mercados, con los consiguientes beneficios a las economías del país de residencia.

Las PyMEs, son un engranaje clave en el desarrollo de los países, pues son el motor de la inversión empresarial en nuestros países.

Razones de su existencia

Las principales razones de su existencia son:

- Pueden realizar productos individualizados en contraposición con las grandes empresas que se enfocan más a productos más estandarizados.

Oficina Matriz:

Av. 12 de Octubre y Cordero.
Ed World Trade Center, Torre B, Oficina 702
Tel. +(593)2 255 66 22, 255 66 23
Fax +(593)2 255 98 88 Cel (593)991 699699
Quito – Ecuador
Skype:PiramideDigital

Centro de Capacitación Gerencial:

Juan Pascoe y Myriam de Sevilla. Campos Verdes.
Cuendina. Pichincha, Ecuador.
Tel/Fax +(593)2 2093040, 2094184
Fax +(593)2 2875771 Cel (593)99 9922000
Sangolquí – Ecuador
Skype:pdccgec



- Sirven de tejido auxiliar a las grandes empresas. La mayor parte de las grandes empresas, se valen de empresas subcontratadas menores, para realizar servicios u operaciones, que de estar incluidas en el tejido de la gran corporación redundaría en un aumento de costos.
- Existen actividades productivas, donde es más apropiado trabajar con empresas pequeñas.

Ventajas y desventajas

La mayor **ventaja** de una PyME, es la capacidad de cambiar rápidamente su estructura productiva, en el caso de variar las necesidades de mercado, lo cual es mucho más difícil en una gran empresa, con un importante número de empleados y grandes sumas de capital invertido.

La mayor **desventaja** de una PyME, es el acceso a mercados específicos, o a una cartera reducida de clientes, lo que aumenta el riesgo de quiebra de estas empresas, por lo que es importante que amplíen su mercado o sus clientes.

A continuación, algunos aspectos a considerar:

- **Financiación.** Las empresas pequeñas tienen más dificultad de encontrar financiación a un costo y plazo adecuados debido a su mayor riesgo. Para solucionar esto, tienen que recurrir al pago de mayores intereses, y a capital de riesgo.
- **Empleo.** Son empresas con mucha rigidez laboral, y que tiene dificultades para encontrar mano de obra especializada. La formación previa del empleado es fundamental.
- **Tecnología.** Debido al pequeño volumen de beneficios que presentan estas empresas, no pueden dedicar fondos a la investigación, por lo que tienen que asociarse con universidades o con otras empresas.
- **Acceso a mercados internacionales.** El menor tamaño complica su entrada en otros mercados. Desde las instituciones públicas se hacen esfuerzos para formar a las empresas en las culturas de otros países.

Características de las PyMEs.

**Oficina
Matriz:**

Av. 12 de Octubre y Cordero.
Ed World Trade Center, Torre B, Oficina 702
Tel. +(593)2 255 66 22, 255 66 23
Fax +(593)2 255 98 88 Cel (593)991 699699
Quito – Ecuador
Skype:PiramideDigital

**Centro de
Capacitación
Gerencial:**

Juan Pascoe y Myriam de Sevilla. Campos Verdes.
Cuendina. Pichincha, Ecuador.
Tel/Fax +(593)2 2093040, 2094184
Fax +(593)2 2875771 Cel (593)99 9922000
Sangolquí – Ecuador
Skype:pdccgec



Existe una serie de características comunes en este tipo de empresas. A continuación se citan algunas de las más generalizadas y son:

- **Poca o ninguna especialización en la administración:** en esencia la dirección se encuentra a cargo de una sola persona, la cual cuenta con muy pocos auxiliares y en la mayor parte de los casos, no está capacitada para llevar a cabo esta función.
- **Falta de acceso de capital:** es un problema que se da por dos causas principales que son:
 - La ignorancia del pequeño empresario de que existen fuentes de financiamiento y la forma en que estas operan;
 - La falta de conocimiento acerca de la mejor manera de exponer la situación de su negocio y sus necesidades ante las posibles fuentes financieras.
- **Contacto personal estrecho del director con quienes intervienen en la empresa:** la facilidad con que el director está en contacto directo con sus subordinados, constituye un aspecto muy positivo porque facilita la comunicación.
- **Posición poco dominante en el mercado de consumo:** dada su magnitud, la pequeña y mediana empresa considerada de manera individual se limita a trabajar enfocada en un mercado muy reducido, por tanto sus operaciones no repercuten en forma importante en el mercado.
- **Íntima relación de la comunidad local:** debido a sus escasos recursos en todos los aspectos, sobre todo la pequeña empresa, se liga a la comunidad local, de la cual tiene que obtener bienes, personal administrativo, mano de obra calificada y no calificada, materias primas, financiamiento y equipo, entre otros.

Las empresas y las exportaciones

Oficina Matriz:

Av. 12 de Octubre y Cordero.
Ed World Trade Center, Torre B, Oficina 702
Tel. +(593)2 255 66 22, 255 66 23
Fax +(593)2 255 98 88 Cel (593)991 699699
Quito – Ecuador
Skype:PiramideDigital

Centro de Capacitación Gerencial:

Juan Pascoe y Myriam de Sevilla. Campos Verdes.
Cuendina. Pichincha, Ecuador.
Tel/Fax +(593)2 2093040, 2094184
Fax +(593)2 2875771 Cel (593)99 9922000
Sangolquí – Ecuador
Skype:pdccgec



Recientes estudios muestran, dos aspectos principales que determinan el carácter internacional de una empresa:

- El tamaño
- La antigüedad de la empresa (experiencia en el mercado).

Desde esta perspectiva, las PyMEs, normalmente tienen barreras asociadas a limitaciones de recursos, dificultades operativas, de calidad y restricciones de comercio.

Un círculo vicioso.

Conforme la empresa avanza en su nivel de cobertura del mercado nacional, disminuye la percepción de barreras a la exportación, de la misma manera, cuando la empresa posee un mayor conocimiento del mercado exterior, disminuye la percepción de barreras a la exportación y aumenta la de las ventajas

Por el contrario, **las** empresas no exportadoras perciben menores ventajas y mayores obstáculos a la exportación, que las empresas que ya han comenzado el proceso de exportación

El incremento del grado de compromiso de la PyME con los mercados exteriores se apoyará, en una positiva percepción de las ventajas que dicho mercado le puede ofrecer a la empresa.

Metodología de exportación para PyMEs.

En el presente ensayo se presentan una serie de preguntas y respuestas, que esperamos sirvan de guía, a los potenciales directivos de las PyMEs que desean exportar.

Al ir en busca de mercados extranjeros, 34% de las PyMES, no cuentan con un plan estratégico que los ayude a decidir en qué mercado invertir, cómo manejar su marca o cómo buscar socios.

A continuación, intentaremos responder a preguntas como:

- ¿Por qué exportar?
- ¿Las barreras de entrada?
- ¿Cómo desarrollar otro mercado?
- ¿Cómo financiar las exportaciones?
- ¿Cómo fijar los precios?
- ¿Cuáles son los riesgos?
- ¿Debemos obtener una certificación de calidad?
- ¿Hay asociaciones para exportadores?
- ¿Tenemos personal capacitado en exportaciones?

Oficina Matriz:

Av. 12 de Octubre y Cordero.
Ed World Trade Center, Torre B, Oficina 702
Tel. +(593)2 255 66 22, 255 66 23
Fax +(593)2 255 98 88 Cel (593)991 699699
Quito – Ecuador
Skype:PiramideDigital

Centro de Capacitación Gerencial:

Juan Pascoe y Myriam de Sevilla. Campos Verdes.
Cuendina. Pichincha, Ecuador.
Tel/Fax +(593)2 2093040, 2094184
Fax +(593)2 2875771 Cel (593)99 9922000
Sangolquí – Ecuador
Skype:pdccgec



¿Porqué exportar?

El primer desafío que enfrenta una empresa, es enfrentarse al mercado doméstico y penetrarlo exitosamente, varias actividades deben haber sido realizadas con anterioridad; la puesta a punto del producto, su fabricación a partir de materias primas, el marketing para informar al mercado de su existencia, (precio, producto, promoción y plaza) y la venta y postventa respectiva. Esto obviamente demandó una inversión de recursos y tiempo, para la cosecha de resultados

Cuando la dinámica del negocio, ha permitido que este prospere, y las condiciones de estructura de capital y producción con que cuentan, son lo suficientemente favorables, el atacar otro mercado puede ser atractivo.

En empresas, en los que los productos, son de alta especialización, y por lo tanto los clientes son limitados, las condiciones del mercado, les obligan a buscar nuevos mercados, en los que puedan vender sus productos.

Sea cual fuere el camino, la exportación es la fuente de nuevos ingresos para la empresa, y en muchas ocasiones, el camino de la prosperidad.

Las principales razones para exportar son:

- Para diversificar productos y mercados y afrontar la competencia internacional.
- Para compensar la situación coyuntural del mercado y economía nacional.
- Para diversificar el riesgo de operar en un solo mercado.
- Para realizar alianzas estratégicas con empresas extranjeras para reducir costos.
- Para vender mayores volúmenes
- Para aprovechar ventajas comparativas y las oportunidades de mercados ampliados a través de acuerdos preferenciales
- Para involucrarse en el mercado mundial
- Para buscar mayor rentabilidad en los mercados internacionales y asegurar la sostenibilidad de la empresa en el tiempo.

Ventajas de las exportaciones:

Oficina Matriz:

Av. 12 de Octubre y Cordero.
Ed World Trade Center, Torre B, Oficina 702
Tel. +(593)2 255 66 22, 255 66 23
Fax +(593)2 255 98 88 Cel (593)991 699699
Quito – Ecuador
Skype:PiramideDigital

Centro de Capacitación Gerencial:

Juan Pascoe y Myriam de Sevilla. Campos Verdes.
Cuendina. Pichincha, Ecuador.
Tel/Fax +(593)2 2093040, 2094184
Fax +(593)2 2875771 Cel (593)99 9922000
Sangolquí – Ecuador
Skype:pdccgec



- En países en vías de desarrollo es necesario alcanzar un nivel internacional de calidad, que obliga a mejorar maquinaria, materias primas y procesos, a base de importaciones, necesarias para exportar.
- En países de costos altos de fabricación, probablemente salga más barato importar que fabricar, convirtiéndose así en revendedores, pasando de fabricantes, a comerciantes.
- En países con tratados internacionales de libre comercio la reducción paulatina de impuestos de importación hasta llegar a cero, bajará el costo de la compra internacional.

Desventajas de las exportaciones:

- Comprar en otro país reduce ingresos del país donde reside el emprendedor. Los síntomas de problemas económicos como: mayores importaciones que exportaciones, generan la reducción de fuentes de empleo, y provocan salida de moneda nacional, la denominada fuga de capitales.
- Las importaciones siempre llevan implícito el riesgo de aumento en el precio de la moneda extranjera. Los negocios atados al aumento de moneda extranjera por importaciones que son su principal fuente de ingresos, deberían contratar coberturas cambiarias o futuros, en casas de bolsa, para protegerse.
- Las importaciones, en alto grado, hacen dependiente al emprendedor de las compras internacionales. Cualquier dependencia debilita a la empresa y con mayor razón, proveedores internacionales por la distancia, las entregas y condiciones.

¿Las barreras de entrada?

Las condiciones de negocio, siempre presentan barreras de entrada, que pueden ser categorizadas en:

- **Conocimiento**
 - Competencia
 - Canales de distribución
 - Competidores
 - Condiciones de ayuda
 - Precios de los productos en el mercado
 - Sustitutos

Oficina Matriz:

Av. 12 de Octubre y Cordero.
Ed World Trade Center, Torre B, Oficina 702
Tel. +(593)2 255 66 22, 255 66 23
Fax +(593)2 255 98 88 Cel (593)991 699699
Quito – Ecuador
Skype:PiramideDigital

Centro de Capacitación Gerencial:

Juan Pascoe y Myriam de Sevilla. Campos Verdes.
Cuendina. Pichincha, Ecuador.
Tel/Fax +(593)2 2093040, 2094184
Fax +(593)2 2875771 Cel (593)99 9922000
Sangolquí – Ecuador
Skype:pdccgec



- **Recursos**

- Recursos mínimos para la exportación
 - Financieros
 - Humanos
- A ser usados en:
 - Marketing
 - Investigaciones de mercadeo
 - Publicidad
 - Desarrollo de canales
 - Ventas
 - Costo de ventas
 - Comisiones

- **Procedimiento**

- Aspectos operativos y de instrumentación
- Tributación y aranceles
- Mecanismos y tiempos
- Seguros y fletes
- Tipos de cambio
- Términos de importación
- Riesgos
- Barreras de lenguaje
- Barreras culturales
- Documentación
- Permisos necesarios
- Controles de salubridad
- Certificaciones
- Limitaciones a las importaciones

- **Exógenas**

- Inestabilidad política
- Tipo de cambio

La importancia que se les dé a estos obstáculos, es muy probable que se dé, en función del nivel de incertidumbre asociado a cada barrera y a la dificultad percibida en superarlas.

Cuanto mayor sea la percepción de obstáculos por parte del directivo, más negativo será el efecto sobre la actividad exportadora y, viceversa.

**Oficina
Matriz:**

Av. 12 de Octubre y Cordero.
Ed World Trade Center, Torre B, Oficina 702
Tel. +(593)2 255 66 22, 255 66 23
Fax +(593)2 255 98 88 Cel (593)991 699699
Quito – Ecuador
Skype:PiramideDigital

**Centro de
Capacitación
Gerencial:**

Juan Pascoe y Myriam de Sevilla. Campos Verdes.
Cuendina. Pichincha, Ecuador.
Tel/Fax +(593)2 2093040, 2094184
Fax +(593)2 2875771 Cel (593)99 9922000
Sangolquí – Ecuador
Skype:pdccgec



Para Aaby y Slater. La naturaleza de las expectativas y actitudes de los directivos, incluyendo su percepción sobre el éxito de la aventura exportadora generalmente afecta al comportamiento exportador y al resultado del mismo.

Para Alonso y Donoso Aquellas empresas cuya dirección muestre unas altas, y a su vez realistas, expectativas hacia las actividades de exportación, probablemente serán menos reacias a destinar recursos para tales operaciones.

La falta de recursos, suponen un freno relevante a la exportación de las PyMEs.

Las PyMEs más jóvenes e inexpertas perciben mayores barreras a la exportación procedente de la escasez de recursos, y mayores ventajas del proceso exportador.

¿Cómo desarrollar otro mercado?

Normalmente el desarrollo de mercados, es lo que más tarda en el desarrollo de una organización.

Diferentes métodos pueden ser utilizados, para conseguir la inserción en los mercados internacionales, y cada una de ellas, requerirá de una inversión en tiempo y dinero.

- Venta directa y oficinas propias
- Minoristas y agentes de ventas
- Compañías intermediarias
- Licencias y franquicias

Sin embargo, varias estrategias mixtas, pueden ser utilizadas conjuntamente, ejemplo de ello: es la venta directa a oficinas propias en el extranjero, y la venta a minoristas y agentes de ventas. Es decir, el exportador, se convierte en su propio importador en el país de destino.

¿Cómo financiar las exportaciones?

Existen diferentes formas para financiar las exportaciones.

Un reciente estudio conducido por la Universidad de Palermo, obtuvo los siguientes resultados:

Oficina Matriz:

Av. 12 de Octubre y Cordero.
Ed World Trade Center, Torre B, Oficina 702
Tel. +(593)2 255 66 22, 255 66 23
Fax +(593)2 255 98 88 Cel (593)991 699699
Quito – Ecuador
Skype:PiramideDigital

Centro de Capacitación Gerencial:

Juan Pascoe y Myriam de Sevilla. Campos Verdes.
Cuendina. Pichincha, Ecuador.
Tel/Fax +(593)2 2093040, 2094184
Fax +(593)2 2875771 Cel (593)99 9922000
Sangolquí – Ecuador
Skype:pdccgec



- Fondos propios 84%
- Proveedores 9%
- Bancos 7%

El alto porcentaje de empresas que se autofinancian para exportar radica en las dificultades para acceso al crédito.

Aquí existe una gran oportunidad para los gobiernos de nuestros países, de desarrollar políticas de fomento de las exportaciones, de largo plazo; el acceso a capitales para este objetivo, la baja de barreras arancelarias a las exportaciones, la firma de tratados de libre comercio, entre otras actividades favorables a este objetivo.

¿Cómo fijar los precios?

La fijación de precios, solo es posible, cuando se dispone de algún tipo de valor agregado, ya que a menor agregación de valor, mayor referencia obligatoria a los precios internacionales de los productos.

Los precios pueden determinarse, basados en la elasticidad de la demanda, o del precio de la competencia.

Al tener las PyMES, una gran flexibilidad, fruto de su pequeña estructura, lo que facilita la diferenciación, esta estrategia, presenta una gran oportunidad para conseguir mejores precios en los mercados.

¿Cuáles son los riesgos?

El riesgo está asociado al aspecto de la incertidumbre, pero también, al grado de tolerancia que la dirección tenga.

Niveles bajos de riesgo percibido junto con niveles elevados de tolerancia al mismo, conllevará una actitud positiva ante la exportación, y viceversa.

El grado de aversión al riesgo que exhiben los directivos de las PyMEs hacia las actividades internacionales, es a priori más alto que el exhibido por los directivos de las empresas de mayor tamaño (Rialp-Criado, 1997).

¿Debemos obtener una certificación de Calidad?

Oficina Matriz:

Av. 12 de Octubre y Cordero.
Ed World Trade Center, Torre B, Oficina 702
Tel. +(593)2 255 66 22, 255 66 23
Fax +(593)2 255 98 88 Cel (593)991 699699
Quito – Ecuador
Skype:PiramideDigital

Centro de Capacitación Gerencial:

Juan Pascoe y Myriam de Sevilla. Campos Verdes.
Cuendina. Pichincha, Ecuador.
Tel/Fax +(593)2 2093040, 2094184
Fax +(593)2 2875771 Cel (593)99 9922000
Sangolquí – Ecuador
Skype:pdccgec



El contar con algún tipo de norma o certificación internacional reconocido, es siempre un aspecto a favor de las exportaciones.

La certificación mundialmente más conocida y aceptada en la actualidad, es la ISO 9000, que es un sistema normalizado de calidad.

Cualquier empresa puede tener un sistema propio de calidad la ventaja de ISO 9000 es que ya lo conocen sus clientes o proveedores y no necesita explicación mientras que si posee un sistema propio tendría que demostrarlo.

La certificación ISO 9000 no es un sello de calidad, ni certifica que lo que se produce es de alta calidad solo certifica que quien lo posee cumple con las normas del Sistema ISO 9000.

Una empresa puede producir un 10% de productos defectuosos y aún estar certificada con ISO 9000, en este caso lo único que se garantiza es que su sistema normalizado produce un resultado consistente de 10% de defectos, si a su cliente le sirve este resultado puede contar con que no recibirá más de un 10% de artículos defectuosos y probablemente menos.

Otras certificaciones disponibles son:

- COPC
- CMMI
- IRAM
- IEC

¿Hay asociaciones para exportadores?

El objetivo de las asociaciones de exportadores, normalmente se enfoca en:

Promover la competitividad de los asociados en el mercado mundial a través de la defensa gremial, asesoría, capacitación e innovación, formulando permanentes propuestas para el desarrollo del comercio exterior.

Los objetivos estratégicos, que persigue, son:

- Contribuir en la competitividad de las empresas, con el fin de generar beneficios
- Promover las exportaciones, comercio internacional e Inversiones.

Oficina Matriz:

Av. 12 de Octubre y Cordero.
Ed World Trade Center, Torre B, Oficina 702
Tel. +(593)2 255 66 22, 255 66 23
Fax +(593)2 255 98 88 Cel (593)991 699699
Quito – Ecuador
Skype:PiramideDigital

Centro de Capacitación Gerencial:

Juan Pascoe y Myriam de Sevilla. Campos Verdes.
Cuendina. Pichincha, Ecuador.
Tel/Fax +(593)2 2093040, 2094184
Fax +(593)2 2875771 Cel (593)99 9922000
Sangolquí – Ecuador
Skype:pdccgec



- Desarrollar la oferta exportable

Para contribuir al desarrollo nacional, la generación de bienestar y empleo

Sin embargo, existen diferentes alternativas para realizar las exportaciones:

- Asociaciones temporales
- Consorcios de exportación
- Hacerlo solo

¿Tenemos personal capacitado en exportaciones?

La empresa debería destinar recursos para capacitar a sus empleados en el área de comercio exterior.

Si está pensando en exportar, debería su empresa contar con al menos una persona que se dedique de lleno al seguimiento de los productos, la investigación secundaria de mercados, el establecimiento de contactos comerciales, conocimiento de los trámites requeridos, instrumentación, seguros, contactos en el extranjero, entre otras.

La falta de contactos comerciales y de relación con clientes potenciales, que se obtienen en las ferias, misiones y demás actividades de este tipo, así como la imposibilidad de satisfacer posibles aumentos en la demanda futura con la estructura de capital y producción con que cuentan, es normalmente, una de las causas de las limitadas expectativas de crecimiento en las exportaciones.

Tips para exportar con éxito

Los expertos en exportaciones recomiendan, seguir un plan estratégico de 8 pasos, para traspasar fronteras con éxito.

Los pasos sugeridos para comenzar a exportar son:

1. Decisión

Se debe saber por y para qué se exporta. 35% de las Pymes exporta por ampliar sus ventas, 16% por aprovechar la coyuntura de negocios y 50% se ata a la demanda externa.

Oficina Matriz:

Av. 12 de Octubre y Cordero.
Ed World Trade Center, Torre B, Oficina 702
Tel. +(593)2 255 66 22, 255 66 23
Fax +(593)2 255 98 88 Cel (593)991 699699
Quito – Ecuador
Skype:PiramideDigital

Centro de Capacitación Gerencial:

Juan Pascoe y Myriam de Sevilla. Campos Verdes.
Cuendina. Pichincha, Ecuador.
Tel/Fax +(593)2 2093040, 2094184
Fax +(593)2 2875771 Cel (593)99 9922000
Sangolquí – Ecuador
Skype:pdccgec



Expertos recomiendan que exportar debe estar ligado a un deseo de crecimiento propio más que a las reacciones del mercado, lo que brinda más control.

2. Elegir destino

Se debe definir el mercado destino, mismo que se recomienda sea uno sólo, en el que habrá que consolidarse para después continuar con el crecimiento dependiendo los resultados.

Hay que definir un solo mercado ya que se debe estar conscientes de la inversión que representa, ya que se debe consolidar el negocio y después esperar por resultados”.

Los mercados más favorables son los que brinden cercanía geográfica, tengan acuerdos comerciales y mantengan una cierta proximidad cultural.

3. Radiografía del mercado interno

Hacer un balance de la aceptación de marca y ventas en el mercado local, ya que este es un termómetro de la aceptación que podrá tener en otras latitudes.

Una de las estrategias recomendables para los negocios es identificar el diferenciador y ofrecer experiencias de marca que puedan funcionar en distintos lugares.

“Se debe integrar calidad e imagen en el producto. Que la competencia sea feroz no indica que no se pueda competir, sino hay que diferenciarse de la mayoría, para esto ayuda buscar socios minoristas en el mercado destino”.

4. Exploración de nuevos mercados

Es importante hacer viajes de prospección antes de integrarse a una feria de exposiciones o comenzar la promoción de la marca, esto, para comprender el mercado.

“Al viajar se visualiza el mercado objetivo y a sus competidores, con los que habrá que jugar para tener éxito en el negocio. También se comprende el comportamiento del consumidor”.

5. Alianzas y socios

A las Pymes se les recomienda buscar socios minoristas en el extranjero que los ayuden a distribuir y de esta manera se recortan gastos y se siguen las reglas

Oficina Matriz:

Av. 12 de Octubre y Cordero.
Ed World Trade Center, Torre B, Oficina 702
Tel. +(593)2 255 66 22, 255 66 23
Fax +(593)2 255 98 88 Cel (593)991 699699
Quito – Ecuador
Skype:PiramideDigital

Centro de Capacitación Gerencial:

Juan Pascoe y Myriam de Sevilla. Campos Verdes.
Cuendina. Pichincha, Ecuador.
Tel/Fax +(593)2 2093040, 2094184
Fax +(593)2 2875771 Cel (593)99 9922000
Sangolquí – Ecuador
Skype:pdccgec



comerciales del mercado con menos errores. “La relación con socios minoristas reduce los costos y amplía los canales de distribución”.

6. Adecuar la marca al nuevo destino

34% de las marcas exportan sin tomar en cuenta la cultura del mercado objetivo, lo que puede causar rechazo por parte del cliente.

7. Evaluar diferentes canales de distribución

Un canal alternativo recomendado es el e-commerce que, en Latinoamérica, representa 3.54% de las transacciones.

8. Asociarse con la tecnología

61% de las PyMES exportadoras en América Latina financian a sus clientes y otorgan prorrogas de pago, para reducir esto, sugieren el uso del comercio electrónico y procesos bancarios para sacar provecho de acuerdos con bancos e incluso líneas de crédito.

Actitud del exportador exitoso

El exportador exitoso debe tener una actitud emprendedora, conocer el proceso productivo, evitar confusiones en el momento de negociar, cumplir con exactitud todo lo que se pacte en materia de precio, calidad y tiempo de entrega, así como remisión de documentos en formas de pago, cuidar que las muestras sean representativas del producto que se exportará y dar flexibilidad y rapidez a la toma de decisiones manteniendo una comunicación constante con el cliente y ofreciendo los servicios de post-venta.

Para exportar su conocimiento

El sistema de franquicia, presenta algunas ventajas para conseguir que un negocio se encuentre en diferentes localidades, incrementando la clientela y las ganancias.

Este paso debería ser dado, una vez que el mercado doméstico ha sido conquistado, y llegó el momento de avanzar a los mercados extranjeros.

Independientemente del producto que se quiera internacionalizar, para replicar con éxito una marca en otro mercado diferente del doméstico, es aconsejable seguir estos cinco consejos:

Oficina Matriz:

Av. 12 de Octubre y Cordero.
Ed World Trade Center, Torre B, Oficina 702
Tel. +(593)2 255 66 22, 255 66 23
Fax +(593)2 255 98 88 Cel (593)991 699699
Quito – Ecuador
Skype:PiramideDigital

Centro de Capacitación Gerencial:

Juan Pascoe y Myriam de Sevilla. Campos Verdes.
Cuendina. Pichincha, Ecuador.
Tel/Fax +(593)2 2093040, 2094184
Fax +(593)2 2875771 Cel (593)99 9922000
Sangolquí – Ecuador
Skype:pdccgec



1. Analizar el presente de la empresa

La firma deberá estar preparada logística y operativamente para enviar productos al exterior. También deberá contar con una capacidad instalada ociosa y flexible como para responder al instante a los pedidos de sus clientes en otros mercados. También, es indispensable desarrollar un manual en el que se reflejen los conocimientos y directrices técnicas de gestión del negocio en toda la red.

2. Elegir el perfil correcto del inversor

Una empresa puede conseguir fácilmente un inversor chico que quiera abrir un local en el exterior. Sin embargo, si éste falla, el impacto lo recibe de manera directa la marca, de modo que esto podrá poner en juego el desarrollo sustentable de la franquicia en todo un mercado.

Si hay discrepancias entre los socios puede arrastrar a la cadena y no permitir que cumpla con sus objetivos de expansión, como una mayor penetración del mercado y mejor cuidado de los locales.

3. Asesorarse legalmente

La clave es tener buen asesoramiento con alto entrenamiento en temas de distribución comercial.

4. Proteger la marca

Independientemente de los países en los que una empresa está presente, es recomendable registrar la marca en todos los mercados latinoamericanos y en la Unión Europea. No es un proceso caro y permite un cubriendo para futuros proyectos.

5. Evaluar el mercado destino

El franquiciante deberá hacer un estudio en el mercado de destino para establecer precios a los que quiere posicionar sus productos y determinar si hay que hacer o no adaptaciones por la influencia cultural.

¿Son las Pymes exportadoras más productivas?

Uno de los informes, titulado “Orientación exportadora y productividad de las PyME”, publicado por el Diario el Norte de Argentina, comprobó que las PyME exportadoras de la región son más productivas que las no exportadoras. Es decir, el monto de ventas por ocupado es mayor en las firmas que dedican parte de su producción al exterior que en las que no lo hacen.

Oficina Matriz:

Av. 12 de Octubre y Cordero.
Ed World Trade Center, Torre B, Oficina 702
Tel. +(593)2 255 66 22, 255 66 23
Fax +(593)2 255 98 88 Cel (593)991 699699
Quito – Ecuador
Skype:PiramideDigital

Centro de Capacitación Gerencial:

Juan Pascoe y Myriam de Sevilla. Campos Verdes.
Cuendina. Pichincha, Ecuador.
Tel/Fax +(593)2 2093040, 2094184
Fax +(593)2 2875771 Cel (593)99 9922000
Sangolquí – Ecuador
Skype:pdccgec



- **Características que diferencian a las PyME exportadoras de las no exportadoras**
 - **PyME Exportadoras:**
 - Son en su mayoría S.A. o S.R.L.
 - El 80% de las firmas invirtió durante el año pasado.
 - El 46% de los locales posee certificaciones ISO de calidad.
 - El 78% de los locales posee maquinaria de punta o moderna y un 22% maquinaria antigua.
 - **PyME No Exportadoras:**
 - En su mayoría son unipersonales o sociedades de hecho.
 - El 50% de las firmas invirtió durante el año pasado.
 - El 10% de los locales posee certificaciones ISO de calidad.
 - El 62% de los locales posee maquinaria de punta o moderna y un 38% maquinaria antigua.
- **Aspectos relativo al financiamiento**
 - El 82% de lo invertido fue financiado con recursos propios.
 - El 27% de las PyME tiene algún proyecto frenado por falta de financiamiento.
 - El 32% de las PyME que no invirtió el año pasado, fue por falta de fondos.
 - Entre los problemas que mencionan los empresarios, un 22% son financieros: 8,4% elevados costos financieros; 7,6% dificultades en la obtención de fondos y 6%, retraso en el pago de clientes.
 - Motivos financieros que frenan inversiones: elevadas tasas de interés, cortos plazos y problemas de garantías.
 - Las tasas de rechazo de créditos es más elevada en las PyME de menor facturación y en las más jóvenes.

**Oficina
Matriz:**

Av. 12 de Octubre y Cordero.
Ed World Trade Center, Torre B, Oficina 702
Tel. +(593)2 255 66 22, 255 66 23
Fax +(593)2 255 98 88 Cel (593)991 699699
Quito – Ecuador
Skype:PiramideDigital

**Centro de
Capacitación
Gerencial:**

Juan Pascoe y Myriam de Sevilla. Campos Verdes.
Cuendina. Pichincha, Ecuador.
Tel/Fax +(593)2 2093040, 2094184
Fax +(593)2 2875771 Cel (593)99 9922000
Sangolquí – Ecuador
Skype:pdccgec



Conclusiones

El proceso económico, tecnológico, social y cultural a gran escala, que consiste en la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo unificando sus mercados, sociedades y culturas, a través de una serie de transformaciones sociales, económicas y políticas que les dan un carácter global, denominado globalización, ha llegado para quedarse, y es un hecho que afecta a la economía a nivel mundial. Este fenómeno ha generado inconvenientes y oportunidades, entre ellas la creación de una aldea global, cuyos suministros provienen de una cosecha global, solo que localmente distribuida, hecho que permite que el desarrollo de PyMES que aportan un significativo valor agregado al producto final, puedan desarrollar sus negocios globalmente. El primer paso en este sentido es el desarrollo de las exportaciones.

Un análisis al detalle de este documento, respondiendo las preguntas y soluciones que plantea, pero aplicándolo a su organización, le permitirá determinar un proceso adecuado para desarrollar su empresa local en el mundo global.

Bibliografía:

- *International Management*. AIU
- *Encuesta a PyMEs exportadoras*. Orlandi, Silveira y Lalinde. CEDEX. Universidad de Palermo, Argentina
- *Capacidades directivas y aprendizaje en las PyMEs exportadoras*. Rubén Fernández Ortiz, José Ignacio Castresana Ruiz-Carrillo. Departamento de Economía y Empresa. Universidad de La Rioja. 2005
- Observatorio PyME Regional Buenos Aires Norte – Santa Fe Sur, Facultad Regional San Nicolás. 2007
- Wikipedia. *Consultas en Internet*
- www.piramidedigital.com
- <http://www.tudecides.com.mx>

Oficina Matriz:

Av. 12 de Octubre y Cordero.
Ed World Trade Center, Torre B, Oficina 702
Tel. +(593)2 255 66 22, 255 66 23
Fax +(593)2 255 98 88 Cel (593)991 699699
Quito – Ecuador
Skype:PiramideDigital

Centro de Capacitación Gerencial:

Juan Pascoe y Myriam de Sevilla. Campos Verdes.
Cuendina. Pichincha, Ecuador.
Tel/Fax +(593)2 2093040, 2094184
Fax +(593)2 2875771 Cel (593)99 9922000
Sangolquí – Ecuador
Skype:pdccgec



www.piramidedigital.com
www.elmayorportaldegerencia.com



AUTOR:



Pablo G Páez Post-PhD

∴ CEO

pablo_paez@piramidedigital.com

Cel. + (593) 991 699 699

skype: ppaezec

www.piramidedigital.com
www.elmayorportaldegerencia.com

**Oficina
Matriz:**

Av. 12 de Octubre y Cordero.
Ed World Trade Center, Torre B, Oficina 702
Tel. +(593)2 255 66 22, 255 66 23
Fax +(593)2 255 98 88 Cel (593)991 699699
Quito – Ecuador
Skype:PiramideDigital

**Centro de
Capacitación
Gerencial:**

Juan Pascoe y Myriam de Sevilla. Campos Verdes.
Cuendina. Pichincha, Ecuador.
Tel/Fax +(593)2 2093040, 2094184
Fax +(593)2 2875771 Cel (593)99 9922000
Sangolquí – Ecuador
Skype:pdccgec