

MECÁNICA DE LA EXPORTACIÓN: PASOS PARA UN PROCESO EFICAZ

***Mtro. Rene Adrian Salinas Salinas,**

****Vanessa Yarizeth Rivera Castillo**

vanesa_rc07@hotmail.com

****Rocío Rodríguez de la Cruz**

rocio.rdzc@hotmail.com

*Catedrático de la Universidad Autónoma de Tamaulipas campus Nuevo Laredo

**Estudiantes de la Carrera de Comercio Exterior en la Facultad de Comercio, Administración y Ciencias Sociales de Nuevo Laredo

Resumen: En la presente investigación se tratan temas relacionados con la exportación, mencionamos un poco de sus antecedentes, preguntas que se deben hacer antes de iniciar este proceso, aspectos del mercado meta que es necesario conocer, así como las principales figuras que intervienen en su ejecución.

Palabras clave: exportación, agente aduanal, mercado, transportista.

Abstract: The present research addresses issues related to export, we mentioned a little about your background, questions to ask before you begin this process, aspects of the target market that you need to know, and the main figures involved in its execution.

Keywords: export, broker, market, carrier.

1. Introducción

Desde la antigüedad las civilizaciones han practicado el intercambio de bienes y servicios para su uso o transformación y supervivencia, a esta actividad se le conoce como comercio. Uno de los grandes comerciantes del mundo antiguo fueron los Fenicios que realizaban sus operaciones a todo lo largo del mar Mediterráneo. Académicos señalan como el principal antecedente de la exportación el crecimiento de los pueblos y la necesidad de buscar satisfactores que estos no podían producir. Una exportación conlleva mucho más que trasladar las mercancías de un lugar a otro, es una serie de pasos que si no se cuenta con la información adecuada pueden resultar muy complicados. Las empresas que toman la decisión de exportar deben tener muy claro el motivo de esta, para poder lograr sus metas. La exportación es “una actividad vital dentro de los negocios internacionales y consiste en comercializar los productos o

servicios fuera de los límites territoriales del país al que pertenece el oferente”¹. En la actualidad existen muchos organismos tanto nacionales como internacionales que ayudan a los exportadores a realizar sus operaciones entre estos tenemos la Organización Mundial de Comercio, Cámara de Comercio de México, el Banco Mundial y Fondo Monetario Internacional, entre otros. La exportación es parte importante de la vida económica de México, en los últimos años a tenido un gran crecimiento, en una tabla comparativa proporcionada por Indexmundi.com “ocupa el lugar número 14 en exportaciones con 303 millones de dólares; por otra parte Estados Unidos tiene el lugar tres con 1270 millones de dólares y Argentina se ubica en el lugar 41 con 68.5 millones de dólares”².

Para hablar de un proceso de exportación se involucran algunos temas, que van desde la participación de un agente aduanal, el conocimiento de culturas sobre otros países, los bienes y servicios a exportar, la participación de las autoridades correspondientes, entre otras. Esta actividad también debe tomar en cuenta los aspectos necesarios como lo son económicos, políticos, legales y logísticos. Al decidir exportar es recomendable diseñar una estrategia que nos permita ganar y llegar a nuestro propósito fundamental: introducirnos al mercado extranjero. Este diseño nos ayudara a esquivar los principales errores en una exportación como “falta de investigación de mercado, capacidad de producción no es capacidad de internalización, desconocimiento de la mecánica de exportación, falta de servicio post-venta, entre algunas mas.”³ Así como también nos servirá de guía en este mismo proceso, tenemos que ver si realmente existe un mercado para nuestro producto o servicio y sabernos dirigir a él. Se tiene que conocer cuales son sus ventajas y desventajas comparándose con la competencia tanto nacional como los extranjeros que también hay en ese mercado. En cada país la forma de exportar es diferente, cada uno cuenta con sus propias legislaciones, códigos y autoridades. También los plazos para el desaduanamiento de las mercancías cambian según el país donde se realicen los trámites.

Los temas a tratar en la presente investigación son, en la sección dos algunas preguntas clave que se deben hacer al momento de exportar, en la sección tres veremos algunos aspectos importantes que se deben conocer como cultura, política, etc., en la sección cuatro hablaremos sobre los intermediarios que participan en este proceso como lo son el agente aduanal y transportistas y finalizaremos dando una conclusión y propuestas para realizar un proceso de exportación eficaz.

2. Preguntas clave de la Exportación

Hoy en día gracias al crecimiento del Comercio Internacional y a las posibilidades que trae consigo la globalización, las empresas micro, pequeñas, medianas y grandes han tenido el interés de ver más allá de sus fronteras, teniendo como

¹Lerma, Alejandro, Márquez, Enrique, Comercio y Marketing Internacional, (México: CengageLearning, 2010) Pág. 539

² Comparación de países: exportaciones, Indexmundi. En línea: <<http://www.indexmundi.com/g/r.aspx?v=85&l=es>> (Consultado, 14, Junio, 2012).

³ Las 25 preguntas más frecuentes del nuevo exportador, COFOCE. En línea: <http://www.cofoce.gob.mx/a_web/p_b/pdf/PREGUNTAS%20FRECUENTES.pdf>. Pág. 8 (Consultado, junio, 20, 2012).

motivación aumentar su ganancia y dar a conocer en mayores puntos de venta su producto y servicio. Antes de entrar al mercado internacional debemos considerar algunas preguntas para lograr el éxito en nuestro proyecto, algunas de ellas podrían ser: ¿Por qué, A donde, A quien, Cuando y Que exportar? y las trataremos a continuación.

¿Por qué exportar? La compañía debe de tener claro los motivos por las que quiere entrar al mercado internacional con su producto, ya que con esto se ayuda a lograr el objetivo que la empresa posee. Entre las principales causas por las que se decide exportar los expertos mencionan “la necesidad de operar en un mercado de volúmenes que garanticen una dimensión industrial de la empresa (alcanzando una economía de escala que le de competitividad)”⁴ esto es que la organización se introduzca a mercados mas grandes para hacer crecer a la empresa y tener mayor capacidad para hacerle frente a la competencia; “un mejor aprovechamiento de las instalaciones, los que producen artículos de temporada como ropa de playa o calentadores, cuando bajan las ventas en el mercado interno, pueden proponerse en mercados del hemisferio opuesto; Alargamiento del ciclo de vida de un producto”⁵, cuando un producto entra en su periodo de decaimiento puede llevarse a otras partes del mundo en donde sería una novedad y poder hacer mas grande su periodo de vida.

También una pregunta importante es ¿A dónde exportar? lo ideal sería que las empresas realizaran una investigación de mercado, “es necesario conocer las condiciones del mercado internacional pues suelen ser muy diversas y diferentes en cuanto a aspectos como los canales de distribución, y el perfil, usos y costumbres de los consumidores entre otras”⁶. Deben tener claro el mercado meta al que se dirigirá su producto o servicio y seleccionar el país o los países a donde lo llevaran, estudiando el que mejor se adapte a sus objetivos y metas. No todas la empresas están en la posibilidad de realizar un estudio de mercado, cuando esto ocurre se recomienda dirigirse a los “mercados mas cercanos, grandes o en rápido crecimiento económico, similares culturalmente, donde la competencia sea menos agresiva o que sean mercados fácilmente accesibles”⁷. Actualmente México tiene una mayor relación comercial con Estados Unidos y Canadá gracias al tratado de libre comercio, aunque también realiza exportación a países como España, Alemania, Colombia y Japón, por lo cual resulta atractivo exportar a estos lugares.

País	Exportaciones (miles de dólares)
Estados Unidos de América	183 052 062
Canadá	4 229 550

⁴Minervini, Nicola, La ingeniería de la exportación, (México: McGraw Hill, 2001) Pág. 5

⁵*Ibíd.*

⁶Lerma, Alejandro, Comercio Y Mercadotecnia Internacional, (México: Internacional Thomson, 2004) Pág. 94

⁷Jorge, Hugo, Scribd, Pasos fundamentales para exportar, Mayo 2005. En línea: <<http://es.scribd.com/doc/96920946/Como-Exportar2>>. (Consultado, Junio, 14, 2012).

España	2 979 179
Alemania	2 288 976
Colombia	1 545 208
Japón	1 471 447
Aruba	1 447 660
Venezuela	1 287 135
Reino Unido	1 186 043
China	1 133 738
Brasil	889 374

Figura 1.-Lista de países a los que México exporta (Fuente: INEGI. Estadística del Comercio Exterior de México).

Otra pregunta es ¿A quien le exportaremos? “Muchas veces no son los exportadores quienes venden sino los importadores los que compran, y por lo tanto más que exportador es proveedor (aceptando casi siempre las condiciones del comprador)”⁸, aun así se tiene que realizar una selección y evaluación de la contraparte si se da este caso, se tienen que estudiar todas las ventajas y desventajas de un cliente potencial, puede darse el caso de que la exportación se lleve a cabo como una inversión conjunta en donde las dos contrapartes participaran en su administración. Se pueden localizar clientes por diferentes medios como lo son: “Internet, cámaras de comercio bilaterales, empresas de consultoría, bancos, ferias internacionales, revistas especializadas, etc.”⁹México exporta gran cantidad de aguacates debido a la demanda por las cadenas de comida rápida en Estados Unidos, “Burger King y Subway incorporaron el aguacate dentro de sus menús desde el año pasado y otras empresas, como Wendy’s y Smashburger, se sumaron en el 2012 a la lista de restaurantes que emplean este insumo”¹⁰

Continuando con la siguiente pregunta ¿Cuándo exportar? la mejor opción para iniciar la exportación sería cuando la compañía se encuentre en un momento estable y tenga claro su diseño y estrategia para exportar, al mismo tiempo debe contar con “un producto o servicio que sea realmente competitivo, contar con capital humano y

⁸Minervini, Nicola, *supra nota* 4 Pág. 15

⁹*Ibíd.*

¹⁰ Morales, Roberto, El Economista, Triplica México exportaciones de aguacate en cinco años, 8-04-2012. En línea:<<http://eleconomista.com.mx/industrias/2012/04/08/triplica-mexico-exportaciones-aguacate-cinco-anos>>. (Consultado, junio, 18, 2012).

económico para financiar todos sus gastos y tener documentados todos los procesos para los productos o servicios que se realizan”¹¹. Esto hará que la entrada al nuevo mercado sea más fácil y se lograra un posicionamiento de mercado más alto en relación a productos de la competencia.

Para finalizar esta sección analizaremos ¿Qué exportar? con la gran cantidad de personas que habitan en nuestro planeta es muy sencillo encontrar un buen segmento de mercado al cual dirigimos, es importante tener en cuenta las características de nuestro producto y saber si brindara la satisfacción esperada o se necesitaran hacer adaptaciones en el mismo. En México se exportan gran cantidad de mercancías las cuales cumplen con los requisitos necesarios que establecen los parámetros internacionales para que estas puedan penetrar en los mercados seleccionados. Como se puede observar en la figura 2.

Producto	Valor (miles de dólares)
Petróleo crudo.	28,333,980
Automóviles para el transporte de personas (motor cuya cilindrada sea de 1500 hasta 3000 cm ³).	9,058,147
Aparatos receptores de televisión con pantalla plana.	5,884,489
Arneses exclusivamente para uso automotriz.	4,580,623
Aparatos emisores de radiotelefonía, radiotelegrafía, radiodifusión o televisión con dispositivo receptor incorporado.	3,046,209
Automóviles para el transporte de mercancías con motor de encendido por chispa (para carga de 2 721 hasta 4 536 kg.)	2,451,342
Computadoras digitales de escritorio con unidad central de proceso y una unidad de entrada y una de salida, combinadas.	2,230,677

¹¹¿Cuándo exportar? , AsiAmerica Internacional. En línea: <<http://asiamericainternational.com/icuando-exportar.html>> (Consultado, Junio, 15, 2012).

Figura 2.- Lista de productos que exporta México (Fuente INEGI. Estadística del Comercio Exterior de México).

3. Cultura y Política: aspectos importantes que se deben conocer

Es común que la empresa quiera utilizar su mismo producto en todos los clientes, cuando este diseño no impacta de la misma forma en todos los mercados, ya que cada mercado o sociedad cuenta con sus propias culturas, creencias o religión, políticas y legislaciones entre otras. Como empresa o compañía a exportar hay factores que nos influyen mucho, ya que estos ayudaran a que nuestro producto sea bien visto y bien aceptado por los consumidores del nuevo mercado, estos nos auxiliaran con la elección de un mercado conveniente, a tener otra visión de nuestro producto; si será necesario una modificación en tamaño, color, forma, etiqueta, o ingredientes en algunas comidas, entre otras.

Uno de los principales aspectos a tratar en la cultura son los valores, expertos dicen: “esto permite diferencias entre lo correcto y lo incorrecto del comportamiento empresarial en ciertos mercados”¹². Hay que considerar que para lo que en algunos lugares es ofensivo o inmoral en otros lugares no lo es, podemos basarnos en un producto o publicidad que contenga valores, otra opción aceptable es contratar a personal de la región al que se le pretende vender el producto; con esto se obtendrá un mayor conocimiento de la cultura y valores de la misma. En nuestro país es común que en diversas publicidades para los productos se observen mujeres y hombres con poca ropa, en países de Asia y medio oriente este tipo de publicidad la mayoría de las veces tiene que modificarse para adecuarnos a la región, el exportador tiene que tener en cuenta esto.

Otro de los factores a considerar es la religión, la cual incluye lo sobrenatural y la existencia de un Dios, este punto llega a ser tan importante para algunas culturas pues muestra sus ideales, sus actitudes y conductas. En México un claro ejemplo de esto podemos verlo en la compañía Distroller que fabrica artículos con diseños modificados de imágenes religiosas, en donde la sociedad lo ha aceptado de forma favorable, en cambio en países de medio oriente este caso no seria bien visto causando repercusiones tanto sociales como políticas y legales. En la mayor parte de las ocasiones la religión también se refleja en la comercialización de los productos y a la organización social. Analistas han citado: “es imprescindible conocer los diferentes tipos de religión, ya que de no hacerlo es fácil cometer errores u ofensas. Recuerde, la religión influye en los hábitos de las personas, en su perspectiva de la vida, en los productos que consumen y la forma en que los compran.”¹³ Entre las diferentes religiones que podemos encontrar están el cristianismo, islamismo, hinduismo, budismo, judaísmo y el sintoísmo.

Un factor que se debe considerar al igual que los anteriores: la Estética. Cada mercado y cada cultura se llegan a distinguir por adoptar el buen gusto, diferentes expresiones de cultura, de símbolos, la importancia de un color e incluso la música. Al momento de entrar al nuevo mercado se tiene que tomar en cuenta todo esto para el beneficio de nuestro producto, el cual llegue a tener la demanda esperada. En países como Malasia en color verde esta relacionado con enfermedades, y en países como México con la vida. En ocasiones el diseño del producto llega a cambiar pero en otras

¹² Lerma, Alejandro, Márquez, Enrique, *supra nota* 1 Pág. 28.

¹³ *Ibíd.* Pág. 29

no, son muy pocos los productos que se llegan a los nuevos mercados teniendo como presentación una misma.

Al momento de exportar tenemos que tener muy en cuenta el ambiente político y legal tanto de el país de origen como del país a donde se destinaran nuestros productos, debemos investigar como es la relación entre estos países para poder hacernos una idea completa de las facilidades y de las trabas que se podrían presentar el momento de iniciar con nuestro proyecto. Se necesita conocer si existen Tratados Comerciales, si las mercancías están sujetas a aranceles especiales o si se necesita algún permiso previo para poder iniciar a comercializar nuestra mercancía. “Numerosas naciones tienen sistemas de control de las exportaciones, los cuales están diseñados para negar o al menos retrasar la adquisición de bienes de importancia estratégica, por parte de los adversarios.”¹⁴

La estabilidad política en un país da un cierto grado de seguridad para las personas que realizan negocios en el, se debe tener en cuenta el tipo de gobierno que tiene, no es lo mismo llevar nuestro producto a un país democrático que a uno socialista. Debemos conocer que tan abiertos están a las relaciones comerciales, estudiosos de la materia muestran a México como ejemplo pues “después de estar cerrado a muchas actividades comerciales con el extranjero, hoy en día es el país con mas Tratados y Convenios Comerciales firmados con otras naciones”¹⁵. También existen países como Cuba o Corea del Norte en los que se es muy complicado lograr una buena relación comercial o de cualquier otro tipo por todas las barreras que ponen a los gobiernos que podrían estar interesados en ello.

Las leyes y reglamentos en materia aduanera son diferentes para cada país, cada uno tiene sus peculiaridades pero “lo único coincidente es la norma; el ignorar la ley no lo excluye de sus observancias y cumplimiento obligatorio”¹⁶. La actividad comercial en México es regulada por la Ley Aduanera, que esta apoyada por el Código Fiscal de la Federación, la Ley del Comercio Exterior, la Ley del Impuesto General de Importación y Exportación, las Reglas de Carácter General en Materia de Comercio Exterior, entre otras. Si no se tiene un buen conocimiento de los requisitos aduaneros y fiscales al momento de exportar, lo más indicado seria que se buscara la ayuda de organismos especializados en esto, existen en la mayoría de los países cámaras de comercio con departamentos de exportación que pueden resolver todas las dudas que se pueden llegar a tener.

¹⁴Czinkota, Michael, Ronkainen, Ilkka, Marketing Internacional, (México: CENGAGE Learning, 2007) Pág. 129

¹⁵Sulser, Rosario, Pedroza, José, Exportación Efectiva, (México: ISEF, 2004) Pág. 73

¹⁶ Mercado, Salvador, Comercio Internacional I: Mercadotecnia Internacional importación-exportación, (México: Limusa, 2004) Pág. 41.

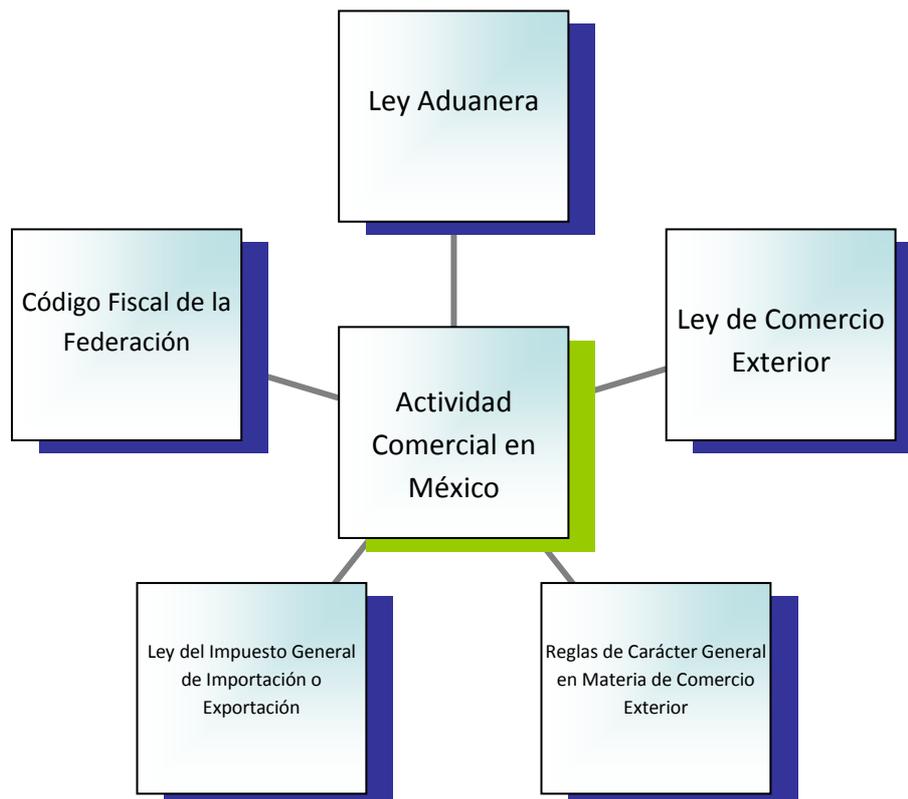


Figura 3.- Cuerpos legales que regulan la actividad comercial en México (Elaboración propia)

4. Intermediarios en el proceso de exportación: Agente Aduanal y Transportista

Para hacer llegar nuestras mercancías al país de destino tenemos que utilizar una figura denominada Agente Aduanal que el Servicio de Administración Tributaria define como la “persona física a quien la Secretaría de Hacienda y Crédito Público autoriza mediante una patente, para promover por cuenta ajena el despacho de las mercancías, en los diferentes regímenes aduaneros previstos en la Ley Aduanera de quien contrate sus servicios”¹⁷, comentan especialistas en la práctica que “la mayoría de las veces son los mismos agentes aduanales quienes buscan a los clientes por medio de visitas y enviando información sobre sus cotizaciones vía electrónica a los encargados de cada área de exportación de la empresa.”¹⁸ De acuerdo al artículo 36 de la Ley Aduanera en México se requieren de algunos documentos que deben entregarse al agente para llevar a cabo el trámite de exportación entre ellos se encuentran: “Factura Comercial, Encargo conferido (autorización ante la autoridad aduanera para que el agente aduanal lleve a cabo el despacho a nombre del exportador), Carta de instrucciones al agente aduanal (información específica y detallada de la operación y se entrega directamente al agente aduanal), Lista de Empaque, Certificado de Origen,

¹⁷ Agente y Apoderado Aduanal, SAT. En línea: <www.aduanas.gob.mx/aduana_mexico/2008/servicios/144_10197.html> (Consultado, 12, Junio, 2012).

¹⁸ Entrevista realizada el 19 de Junio de 2012 a un Agente Aduanal en Nuevo Laredo.

Documento del transporte, Documentos que avalen el cumplimiento de las regulaciones y restricciones no arancelarias (tales como certificados sanitarios, certificados de peso, permisos, etc.)”¹⁹. El exportador puede elegir al agente aduanal que mas convenga a sus intereses basándose en las cotizaciones y servicios que le presentan para poder realizar con éxito su operación.

Otros intermediarios que participan son los transportistas que se definen como las personas que se encargan de realizar el movimiento de las mercancías de un lugar a otro. Existen diferentes modalidades en los tipos de transporte desde aéreo, carretero, marítimo y por ductos, el exportador debe elegir aquel que más se ajuste a sus necesidades, o puede seleccionar una combinación de estos, llamado servicio multimodal, según lo requiera. No siempre es el cliente el que contrata los servicios del transportista cuando el despacho de las mercancías se realiza en una aduana fronteriza, por ejemplo en Nuevo Laredo, México donde la mayoría de las veces se ocupa el transporte carretero, expertos en la practica comentan “que mayormente la persona que contrata sus servicios es el agente aduanal a quien le presentan la información de los servicios que ofrecen, que pueden ir desde puerta a puerta, flotilla baja, transfer y camiones blindados, entre otros.”²⁰Se tiene que prestar atención a las tarifas de cada medio de transporte y según sea el caso elegir la que afecte en menor medida el valor comercial de nuestro producto. Con esto podemos darnos cuenta que es indispensable una participación conjunta tanto del agente aduanal, transportista y el exportador para que la mercancía llegue en tiempo y forma a su destino.

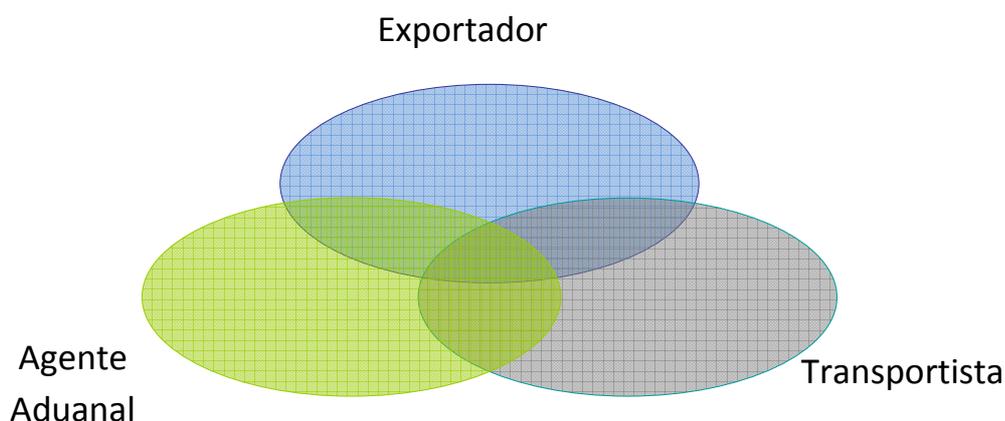


Figura 4.- Relación entre Exportador, Agente Aduanal y Transportista (Elaboración propia)

¹⁹ Las 25 preguntas más frecuentes del nuevo exportador, *supra nota* 1 Pág. 4

²⁰ Entrevista realizada a Ejecutivo de Trafico de Exportación de una línea transportista en Nuevo Laredo.

5. Conclusión y Propuestas

La exportación ha sido un proceso que desde mucho tiempo atrás empezó a practicarse, en un inicio con el propósito de satisfacer las necesidades de una región, pero en la actualidad sabemos que la mecánica de exportación va más allá de satisfacer necesidades, sino también de crecer como empresa u compañía y de conocer un nuevo mercado lleno de competitividad. Una exportación considera muchos factores, estos mismos nos ayudaran a un proceso eficaz mediante el cual nosotros queremos internacionalizarnos, algunos de estos factores son el conocimiento de las culturas, de un mercado, de restricciones y regulaciones, etc. La participación de un Agente Aduanal es primordial en este nuevo comienzo para el exportador, para que este proceso sea mas rápido y eficaz es recomendable tener una buena comunicación con todos los involucrados para evitar malas interpretaciones y se pueda lograr el objetivo final. Algunas propuestas para lograr lo anteriormente mencionado son que se cuente con toda la información y documentos necesarios para el tipo de trámite de exportación que se realizará ante las autoridades, hacer investigaciones de mercado con el tiempo de antelación suficiente para evitar problemas que pueda presentar nuestro producto o servicio en el nuevo mercado meta al que nos vamos a dirigir, conocer los diferentes servicios que nos ofrecen las líneas transportistas para elegir la que mas convenga para llevar a cabo nuestro propósito, elegir al agente aduanal que mas nos facilite el tramite del despacho de mercancías de exportación, estar atento a todo el proceso desde la forma de embalaje de los productos, el posible registro de marcas o logos en el extranjero para proteger nuestra empresa. Dimos algunos ejemplos de casos comparando al mercado mexicano con otros países en diferentes aspectos de imagen del producto. Con esto concluimos diciendo que en la exportación debemos tener la iniciativa de entrar a nuevos mercados, realizando las investigaciones correspondientes para hacerlo de una manera adecuada, teniendo una visión de lo que queremos llegar a ser y así obtener un buen posicionamiento en la mente del consumidor.