



## INTRODUCCIÓN

La inserción de su empresa en los mercados internacionales y su reto como empresario, van más allá de hacer ventas en el exterior por medio de contactos con importadores o realizar los trámites de exportación. La internacionalización es una operación estratégica que involucra todas las áreas funcionales de la empresa, requiere dedicación, entusiasmo y prepararse para llegar a ser un exportador exitoso.

En esta Guía de Cómo Exportar, usted podrá desde familiarizarse con los conceptos básicos en el campo de comercio exterior, hasta profundizar y consultar fuentes de información sobre temas especializados.

La estructura de temas de la Guía y el diseño de la misma está dirigida a facilitar el proceso de apropiación, uso y permanente consulta de la información. Es aconsejable que dedique el tiempo necesario para conocer los contenidos de la Guía antes de empezar cualquier acción.

Considere que algunos de los pasos pueden ser asumidos por el canal de comercialización y la operatividad de la exportación por una Sociedad de Intermediación Aduanera (SIA), sin embargo, es importante que usted conozca y pueda controlar todos los aspectos relacionados con la internacionalización de su empresa.

En el entorno de hoy, la exportación más que una opción es una imperiosa necesidad para aquellas empresas que buscan su supervivencia, crecimiento y rentabilidad en el largo plazo.

## RAZONES PARA INTERNACIONALIZARSE

Las empresas deben tener en claro las razones para buscar internacionalizarse, entre ellas podemos destacar: diversificar productos y mercados, ganar competitividad, vender mayores volúmenes, aprovechar las ventajas de los acuerdos preferenciales.

En primera instancia, la empresa debe tener muy claro cuáles son las razones para internacionalizarse y buscar mercados externos. A continuación se presentan algunas opciones que pueden ayudar a la empresa a identificar cuáles son los factores que motivan su decisión.

- Diversificar productos y mercados para afrontar la competencia internacional y la situación de la economía nacional.
- Ganar competitividad mediante la adquisición de tecnología, know how y capacidad gerencial obtenida en el mercado.
- Hacer alianzas estratégicas con empresas extranjeras para reducir costos, mejorar la eficiencia y diversificar productos.
- Disminuir el riesgo de estar en un solo mercado.
- Vender mayores volúmenes para utilizar la capacidad productiva de la empresa y hacer economías de escala.



- Aprovechar ventajas comparativas y las oportunidades de mercados ampliados a través de acuerdos preferenciales.
- Necesidad de involucrarse en el mercado mundial por la globalización de la economía.
- Buscar mayor rentabilidad en los mercados internacionales y asegurar la existencia de la empresa a largo plazo.

La capacidad exportable de la empresa puede ayudar a definir estrategias de penetración del mercado.

Usted, con base en el producto que desea exportar, debe determinar el volumen que tiene disponible para el mercado externo. El volumen debe ser aquel que pueda ofrecer de manera estable o continua. Considere también su capacidad para manejar y almacenar estos volúmenes. Esta información servirá para definir algunas de las estrategias de penetración del mercado que usted ha escogido.

Se deben identificar los productos a exportar teniendo en cuenta que gocen, por lo menos una, de las siguientes ventajas:

- Volúmenes disponibles para el mercado externo.
- Abastecimiento del producto o materias primas (ventajas en precio, volumen, calidad o disponibilidad).
- Características de calidad del producto superiores a las de la competencia, y consistencia de la calidad en el tiempo.
- Se debe identificar la Posición Arancelaria o Código Arancelario de los productos escogidos, ya que toda la información de comercio exterior se basa en esta codificación.

Descubrir el mercado objetivo para su producto implica hacer una investigación de mercados.

Estudiar el mercado objetivo implica investigar los mercados potenciales para su producto, sus condiciones y exigencias. Esta investigación de mercados debe ser rigurosa, porque de ella dependerá en gran medida el éxito o fracaso de la Exportación.

Siga las etapas en orden:

- PRESELECCIÓN DE PAÍSES
- SELECCIÓN DEL MERCADO
- OBTENER INFORMACIÓN DEL MERCADO

En los países seleccionados haga una investigación acerca de su producto.

Realice una Búsqueda Bibliográfica investigando los estudios de mercado que haya sobre su

producto para los países de interés de su empresa.

Vea más información en el Portal de Proexport Sistema de Inteligencia de Mercados - Módulo - Información de Países.

## **Recursos para Hacer Investigación de Mercados**

Proexport a través de las Gerencias de Macrosector, apoya la realización de los términos de referencia y desarrollo de este tipo de investigación, para empresas que estén desarrollando Planes de Exportación y Proyectos Especiales cuando esta actividad está aprobada dentro del plan de acción.

Algunos de los aspectos del mercado que deben ser investigados son:

- De producto
- De precios
- De comercialización
- De competencia
- De promoción

El proceso de exportación requiere llevar a cabo trámites ante diferentes organismos.

Para realizar una exportación se deben llevar a cabo diferentes trámites ante diversos organismos y diligenciar algunos documentos. Así mismo, dependiendo de la clase de producto que desea exportar, debe solicitar el Visto Bueno expedido por la entidad correspondiente.

Este tipo de información se puede encontrar en el Portal del Ministerio de Comercio Industria y Turismo y en el Portal de la DIAN en la Sección de Trámites.