

¿Eres emprendedor y quieres exportar? Conoce 5 consejos para iniciar



¿Quieres hacer **crecer tus ventas** y tener mayores rendimientos? El **mercado extranjero** está para eso, dejó en claro el profesor del [Tec de Monterrey campus Laguna](#) Roberto Valdez al hablar sobre los beneficios de exportar.

Al cierre de 2022, según el **Instituto de Estadística y Geografía (INEGI)**, se contabilizaron 4.9 millones de pequeñas y medianas empresas (PyMEs).

De acuerdo con el catedrático, estos emprendimientos tienen una **oportunidad de expansión meditada** en la internacionalización a través de la posibilidad de exportar.

Por ello, el experto Tec Roberto Valdez, quien también es consultor activo de negocios internacionales, comparte a [CONECTA](#) cinco **consejos**, desde **legales hasta personales**, para realizar las primeras exportaciones.



/> width="900" loading="lazy">

1.- Inicia por un honesto autodiagnóstico

El académico expuso inicialmente que es posible evitar errores al **reconocer las capacidades productivas** de la PyME.

“Conocer si la productividad se puede incrementar en el corto plazo y con qué recursos. Si (la empresa) no está lista con suficiente productividad para exportar, la empresa podría tener más dificultades para iniciar”.

La capacidad productiva es un **elemento a considerar en la planificación de contratos** con sucursales extranjeras o centros de distribución, pues es necesario alcanzar un mínimo para abastecer.

“Errores todos los tienen, y todos los exportadores tienen una curva de aprendizaje.”

2.- No dejes de lado los requerimientos legales

El proceso de exportación va acompañado de **leyes internacionales** y de grandes redes de distribución que requieren **formalidad**.

Por ello, un **tip obligado**, de acuerdo con el profesor del Tec, es completar el proceso de con un acta constitutiva y con un **objeto social acorde** con sus actividades preponderantes.

“Lo primero es que (la empresa) ya esté inscrita en el Servicio de Administración Tributaria (SAT) como una contribuyente”, señala.

Complementado esta afirmación de presencia o imagen empresarial, es importante habilitar la empresa como **persona moral** antes que física.

3.- Conoce el “riesgo país” al exportar

El “**riesgo país**” es simplemente el peligro de invertir financiera en un país. Este puede ser asociado a los **fenómenos políticos, tecnológicos o sociales** de una nación.

Conocer estos factores de riesgo te permitirán **tomar una decisión certera** sobre el país donde se podrían exportar los productos y realizar una proyección de la inversión en un proyecto.

Para conocer el destino, *“es muy importante analizar el mercado en el país considerado, si tiene los hábitos de consumo del tipo de producto que se requiere exportar”*.

¿Cuáles son los mejores indicadores para la evaluación?

Definir la rentabilidad o beneficio que se puede obtener de un mercado no conocido proviene de **priorizar variables** por medio de un estudio enfocado en la exportación del producto o servicio elegido.



/> width="900" loading="lazy">

En un **estudio de mercado** se repasan las costumbres de consumo, los acuerdos sobre la fracción arancelaria aplicados entre las naciones, y leyes que se ejercen.

“La cultura es importantísima, porque si se trata de un país muy lejano y con diferencias culturales o de idioma, pudiera complicar la exportación o la internacionalización”, agrega el académico.

El profesor Valdez indica que *“es necesario investigar si existe un antecedente, si este existe, es que hay una necesidad o mercado que cubrir”*.

4.- Encuentra tu diferenciador

A la hora de ser la **marca nueva** en otro país, *“si eres uno más de la competencia pues tendrías que entrar a un mercado súper amplio, pero si se tiene un producto diferenciador, tendrás reconocimiento más rápido”*, comparte el catedrático.

“Tienes un mercado muchísimo más amplio al que venderle por ahí, lo que falta es definir que puedes hacerlo”.

Un diferenciador es **un elemento que hace que la oferta de una compañía resalte de otras** que se promocionan en la misma categoría, puede ser desde la experiencia del cliente, precio, a factores técnicos o estéticos de la oferta.

En esta ocasión, **es importante resaltar la Matriz de Ansoff**, la cual indica la dirección que una compañía puede tomar de acuerdo con la exposición de un producto y al crecimiento del mercado en mente.

5.- Conoce los indicadores para definir tu éxito

“Errores todos los tienen, y todos los exportadores tienen una curva de aprendizaje”, señala el profesor Roberto Valdez ante la pregunta: *“¿qué elementos se deben evaluar si no hay resultados en primera instancia?”*.

Asegura que **la experiencia del exportador viene después de un año** o más de estar en la práctica, en donde esos detalles aprendidos te permitirán analizar qué es lo que se tendrá con el producto



/> width="900" loading="lazy">

Estas circunstancias nos conectan con los **Key Performance Indicator** (KPIs) o Indicador Clave de Desempeño, métricas que apoyaran al exportador a **medir la eficacia del proyecto** siendo aplicado.

Los KPIs pueden ir **orientados a diversos aspectos** comerciales como el contrato con el cliente, los precios, definir responsabilidades o la mejora logística.

Sin embargo, **cada PyME es diferente**, entonces la razón de que estos indicadores sean elegidos por el mismo exportador, es para que el avance sea congruente con la personalidad de la marca y la filosofía empresarial.

“Si se tiene un producto diferenciador, tendrás reconocimiento más rápido”.

Consejo de emprendedor a emprendedor

De esta manera, podemos concluir que **empezar a exportar es un camino no lineal**.

Con base en su experiencia como consultor de casos de logística, el Profesor Valdez mencionó los pasos que recorre un **proceso de madurez empresarial**.

Para tomar acción, hay que *“identificar una visión más allá de tu mercado local o regional, entender el potencial de crecer. Tienes un mercado muchísimo más amplio a quien venderle por ahí, lo que falta es definir que puedes hacerlo”.*

SEGURAMENTE TAMBIÉN QUERRÁS LEER: