

## **Exportar, el sueño heredado**



*por Lic .Esteban M. Fernández*

### **Grupo MX SRL**

En palabras de Demóstenes; “las oportunidades pequeñas, son el principio de las grandes empresas”.

Cientos de cuartos, patios, garajes y demás ambientes improvisados, han sido testigos del incansable trabajar de la primera máquina, aquella que con tanto esfuerzo, nuestros abuelos supieron comprar, con el sueño de la pequeña fábrica, la que más tarde manejaran sus hijos y tal vez nietos.

Serían eternas las horas que pasarían delante de ella, para dar nacimiento a su creación, para achicar la brecha con la próxima máquina, y quien dice, hacia el primer empleado.

Así pues, día tras día, fueron forjando el sueño, que se transformó primero en taller, luego en empresa familiar, la mediana y más tarde, la gran empresa.

Muchos de ellos, soñaban con la, para algunos “utópica”, posibilidad de pasar los límites fronterizos de nuestro país, de verse en los mercados del mundo, ofreciendo el producto de tanto de esfuerzo y trabajo.

Hoy, en manos de hijos y nietos, el sueño heredado toma entidad, por el legado familiar, por las posibilidades derivadas de la globalización, y por la necesidad de generar nuevas demandas.

Es en estas condiciones como el sueño de nuestros abuelos, sufre la primer metamorfosis, del sueño a las ideas, la primer etapa; la propuesta, la discusión, las dudas, los miedos ante lo desconocido.

Es por ello, que he decidido volcar algo de claridad en este tema. Brindar la información que a mi criterio, quienes están en esta primera etapa de incógnitas, necesitan.

Se trata del porqué. De guiarlos en la decisión inicial.

La gran pregunta que guía el análisis es, porqué exportar?. Y resulta de vital importancia tomar conciencia y noción del papel que debemos asumir en los mercados internacionales. Debemos saber qué implica ser exportador, qué imagen es la que dará efectividad a nuestro emprendimiento.

Exportar entonces, no implica vender aquello que el mercado interno no absorbió. No es la alternativa a los problemas conyunturales del mercado doméstico. Exportar es desarrollar una modalidad de trabajo ajustada al mercado externo, es tener visión a largo plazo, es incorporar una nueva unidad de negocios.

Iniciar los primeros pasos en el comercio exterior, sin considerar aquellas premisas, seguramente marque un camino de unas escasas primeras ventas, sin consolidar la figura de proveedor internacional.

A partir de ello, debemos llevar adelante un minucioso estudio tendiente a evaluar las condiciones de nuestra empresa, en aspectos de los más diversos.

El primero de ellos es la capacidad. La productiva, la comercial, la financiera.

Es indispensable tener conocimiento de nuestra capacidad productiva, definir la oferta exportable nos permitirá asumir los compromisos para los cuales nuestra empresa está preparada, evitando situaciones poco deseables. Nuestros primeros pasos deben ser el puntapié disparador de la confianza de nuestros clientes. Los resultados son fundamentales.

Cuando hablamos de la capacidad comercial y financiera, debemos estimar los mercados a abordar, acuerdos comerciales, regímenes de exportación e importación, el análisis del mercado meta en cuanto al producto, al segmento al que va dirigido, productos complementarios y sustitutos, costumbres de uso, canales de distribución en el exterior, productores locales, posibilidad de demanda, marcas reconocidas, líderes del mercado y su posicionamiento, etc. los costos asociados a la exportación en cada una de las etapas, desde la conquista de nuevos mercados, hasta la producción, acondicionamiento y entrega y por último un plan estratégico y de penetración de mercado.

La organización es otro de los aspectos que no debemos dejar librado al azar. Ésta es una de las etapas más críticas del análisis, los errores aquí se pagan en dólares, tomar al mercado internacional como el mercado doméstico más el flete internacional es un camino al fracaso.

Es importante contar con los servicios de un Licenciado en Comercio Internacional que evalúe las posibilidades de nuestro negocio, proyecte, analice, gestione, ejecute y controle el proceso.

Por otra parte, debemos comenzar a analizar nuestro producto bajo la óptica del comercio internacional.

No basta con conocer las virtudes y debilidades del mismo, sus procesos productivos, funcionalidades, medios de distribución y venta. Hay que analizar el mismo desde el comercio internacional.

Este análisis incluye primero la determinación de la posición arancelaria del mismo para luego investigar sobre la normativa aplicable en origen y destino, es decir, cuál es su tratamiento arancelario, prohibiciones, intervenciones previas, documentación usualmente exigida, organismos intervinientes, tiempos habituales en uno y otro país para operaciones similares, etc.

Una vez conocido el tratamiento que nuestro producto tendrá en el mercado de exportación e importación debemos introducirnos en el análisis logístico, siendo aquí el momento de maximizar la relación costo beneficio. Entendidas las virtudes de cada medio de transporte de acuerdo al mercado meta, tanto en tiempos de tránsito, como en seguridad brindada en el traslado y su manipuleo, pasaremos al estudio de costos de acuerdo al peso volumétrico de la carga.

Ahora bien, hasta aquí conocemos una parte importante de nuestro producto para el exterior, pero aún no nos hemos adentrado en su precio de exportación.

Hablar de precio de exportación en comercio exterior nos obliga a mencionar a los denominados Incoterms. Cláusulas internacionales de Comercio, por las cuales las partes contratantes al sujetarse a una u otra, definen las obligaciones y riesgos asumidos por cada uno. Obligaciones en cuanto a pagos sobre flete interno, flete internacional, seguro internacional, derechos de exportación, de importación, gastos de manipuleo en ambos puertos, por mencionar algunos, y riesgo en cuanto al traspaso del mismo sobre eventuales pérdidas en la mercadería. No caeré en una enunciación taxativa de cada uno de ellos, tenga conocimiento que los más utilizadas son el valor EXW, FOB y CIF.

Definido el Inconterm a utilizar, pasamos entonces a la determinación del precio. Debemos analizar los costos incurridos en distintas áreas, Gastos de producción, de Exportación, Gastos de administración, comercialización y financieros, Estímulos, Utilidad e impuesto a las ganancias, obteniendo así el Costo Total medido en unidades monetarias.

Luego, determinaremos el Costo medido en porcentaje del precio FOB, analizando nuevamente áreas como Gastos de Exportación, Estímulos y Utilidad e Impuesto a las ganancias.

Ahora bien, estamos en condiciones de calcular el valor FOB de nuestra exportación. Pero como notamos no podemos calcularlo como la sumatoria de cada rubro, debido a que están expresados unos en unidades monetarias y otros como porcentajes del FOB, por lo cual se requiere de una fórmula matemática para llegar a nuestro precio.

Conocida la normativa, el medio de transporte a utilizar, el precio de exportación, debemos materializar la exportación, para lo cual es fundamental conocer los pasos y procedimientos operativos que demanda una operación de este estilo, empresas involucradas, tiempos y prácticas habituales.

Queda claro que, muchas son las cuestiones que deben manejarse, pero no se desaliente, los beneficios mantienen relación con el esfuerzo insumido.

Exportar, no solo incrementa nuestra facturación.

Nos permite ampliar el mercado, el incremento de la demanda nos da la posibilidad de reducir el impacto ante la eventual caída de ventas en el mercado interno.

Nos ayuda a absorber mejor la estructura de costos fijos, a incrementar nuestra productividad, a reducir la capacidad ociosa, alcanzar economías de escala, un mejor desarrollo de nuestro producto debido a las exigencias del mercado internacional.

Nos brinda la posibilidad de disminuir los riesgos derivados de la concentración a través de la diversificación de los mercados, asegurando el desarrollo de la empresa en el largo plazo.

A esta altura de la lectura, se le deben haber presentado seguramente nuevos miedos e interrogantes, aquellos que surgen con la nueva información, con el primer saber. No se desespere, estar al tanto de la tarea previa resulta clave para alcanzar el éxito.

Este estudio previo de la situación de la empresa, no sólo nos dará información sobre las posibilidades de la misma en el mercado mundial, sino que también nos servirá de test de resultados luego de materializadas la exportación.

Debemos lograr que el diseño de la misma cuadre perfectamente sobre los contornos de la operación ya ejecutada, tal como hacíamos de pequeños con una hoja de calcar sobre un mapa político.

Analizar la información obtenida del estudio post exportación, es la última de las etapas. Aquella que nos brindará información correctiva de nuestro proceso, con una tendencia constante a mejorar los procesos, ser más eficientes e incrementar nuestra rentabilidad.