



# ¿CÓMO ENTENDER LA TRAYECTORIA DEL EXPORTADOR?

Los siguientes puntos representan los pasos clave que suelen dar las empresas a la hora de exportar.

## 01 Tener un producto o servicio que ofrecer

Un exportador debe tener un producto que responda a una necesidad o para el que pueda crear una demanda. Debe tener una propuesta de valor clara. Debe ser capaz de suministrar al precio, la cantidad y la calidad adecuados. Considera el comercio internacional como un medio de crecimiento.

## 02 Exploración de mercados relevantes en el extranjero

El exportador debe determinar en qué países serán bien recibidos sus productos o servicios. Debe investigar los mercados objetivo. Debe conocer y segmentar a sus clientes. Comprender los requisitos administrativos, los riesgos y los competidores.

## 03 Evaluar las capacidades y los recursos internos

La exportación es una acción que requiere muchos recursos y puede ser compleja. Un exportador debe articular una estrategia o plan de exportación. Es importante que la organización en su conjunto esté comprometida con la empresa en el extranjero y disponga de los conocimientos y recursos financieros adecuados para llevarla a cabo.

## 04 Encontrar socios/compradores en el extranjero

Se trata de determinar el mejor método de entrada en el mercado. Conseguir el enfoque de marketing adecuado, incluidos los canales para llegar a los clientes, por ejemplo B2C o B2B, y comprender las diferencias culturales. Los exportadores pueden encontrar valor en participar en ferias comerciales y/o buscar los servicios de intermediarios.

## 05 Determinación de licencias y permisos

Para que una mercancía pueda entrar en muchos países será necesario obtener registros o permisos. Para una serie de productos, los exportadores necesitarán autorizaciones de las autoridades australianas y/o importadoras antes de poder enviarlos. Por ejemplo, las instalaciones de preparación de alimentos deberán ser inspeccionadas y certificadas.



## 06 Formar parte de un ecosistema doméstico solidario

Aunque un exportador tenga un bien que vender, la ausencia de un proveedor de transporte fiable significa que no podría entregar su producto. Sin acceso a la financiación, puede tener dificultades para invertir en crecimiento. Por tanto, los exportadores dependen del suministro de productos y/o servicios de otras empresas.

## 07 Logística y documentación

Son muchas las historias de exportadores que no cobran o sufren retrasos en los pagos de sus mercancías a pesar de haberlas entregado. Por tanto, es crucial que elijan las condiciones de pago a la exportación adecuadas a su situación y que contraten la cobertura de seguro pertinente. También puede ser prudente que se cubran contra las fluctuaciones de los tipos de cambio.

## 08 Cobrar y gestionar los riesgos cambiarios

There are many stories of exporters not being paid or suffer delays in payments for their goods despite delivery. It is therefore crucial that they choose the right export payment terms for their situation, and avail of the relevant insurance cover. It may also be prudent for them to hedge against exchange rates fluctuations.

## 09 Establecer relaciones, mejorar la marca y el servicio posventa

Para tener éxito a largo plazo, los exportadores deben establecer relaciones continuas con sus clientes. Deben consolidar una marca basada en una reputación de confianza y fiabilidad. La comunicación y la búsqueda de nuevas formas de añadir valor a su oferta de productos exigen un esfuerzo considerable.