

Diez claves para exportar con éxito



1 *Exportar, exportar, exportar*

Producir, distribuir, comercializar, bajo la premisa y el convencimiento de que el mercado es el mundo.



2 *Dosificar, dosificar, dosificar*

En el caso de los productos de consumo, fabricar y acondicionar productos en formato fraccionado, adecuados a la "moneda" y la renta per cápita del mercado de destino.



3 *Marketing, marketing, marketing*

Fabricar productos con valor añadido, el diseño no va refido con el coste. Potenciar siempre la marca España, que es un valor seguro.



4 *Innovar, innovar, innovar*

No fabricar por casualidad, sino en permanente imbricación con el departamento de I+D+i, obligatorio en estos tiempos.

Los envases flexibles; las atmósferas protegidas; el packaging inteligente, la adaptación cultural de los etiquetados, etc... constituyen elementos imprescindibles para el crecimiento.



5 *Escuchar, escuchar, escuchar*

Solo fabricar productos que respondan a la demanda de los clientes.

La presencia permanente con personal en los mercados de destino o la contratación de consultores con presencia exterior; posibilita el conocimiento especializado de canales de distribución y hábitos de consumo, imprescindibles para garantizar el éxito.



6 *Vender antes de producir*

Solo producir lo que es seguro que se va a vender

Fabricar por lotes, a satisfacción de un mercado y un importador en concreto. Una vez concretados todos los puntos de la transacción, iniciar la producción.



7 *Cobrar antes de exportar*

Solo exportar lo que es seguro que vamos a cobrar. Cobramos una señal con el pedido de fabricación y el resto contra documentos de embarque o con crédito documentario confirmado. Es importante contar con estructuras colaboradoras en destino para salvar cualquier tipo de contratiempo.



8 *Venta integrada*

Fomentar relaciones comerciales de exportación a largo plazo. La gestión comercial no termina con la venta, cobro y exportación del producto. Los colaboradores expatriados deben vigilar el canal y hacer un seguimiento de la distribución del producto, para garantizar su ciclo de vida.



9 *Mecanismos de seguridad a través de consultores presentes en los mercados de destino*

No exportar a un mercado que no se conozca previamente. A través de empresas filiales o participadas en los mercados de destino, o de consultores establecidos; es prudente realizar ensayos de distribución y conocer a la perfección los mecanismos de import/export en los destinos.



10 *Catálogo de marcas propias*

Disponer de catálogo de productos, con marca propia.

Trabajar con marcas y presentaciones prediseñadas y protegidas intelectualmente en los mercados de destino, aparte de los pedidos de "marca blanca" de los clientes, a los que es bueno apoyar y asesorar en sus desarrollos de producto y marca.

