

GUIAS DE PROCEDIMIENTO

Prestar Servicios de Agencia de Exportación

El **objetivo** de esta guía es dar a los emprendedores una herramienta de gestión que les oriente en los inicios de su actividad a través de diferentes procedimientos de trabajo que les sirvan de ayuda para aplicarlo y/o adaptarlo a su actividad concreta. Son procesos de trabajo de determinadas áreas de la empresa, imprescindibles para la mejora en el funcionamiento y la optimización de recursos

La exportación:

Para tener éxito en la exportación, el empresario debe ser consciente que la mejor forma de permanecer y prosperar en los mercados internacionales es mediante una planeación adecuada de medio y largo plazo.

La exportación no se circunscribe a un tamaño previamente determinado de empresa, aunque pueden existir algunos bienes y servicios en los que se requiera de capitales y la capacidad de coordinar recursos humanos en magnitudes importantes. Existen empresas micro, artesanales, pequeñas, medianas y grandes que se dedican a la exportación.

Los **elementos** prioritarios para poder exportar son:

- calidad del producto,
- precio competitivo en ese mercado,
- volumen solicitado por el importador y
- ofrecer el servicio posventa, cuando sea necesario.

Se debe exportar cuando se tenga la capacidad de diseño, programación, producción, comunicación, empaques, envíos, administración, entre otras, conforme a los requerimientos del mercado internacional. El análisis de las exportaciones resulta especialmente relevante para los países en desarrollo, ya que las mismas contribuyen de manera significativa a la creación de puestos de trabajo y al desarrollo en general.

Beneficios de la exportación:

- Los pequeños negocios que deciden exportar, gozan de un crecimiento de hasta un 20% y su probabilidad de que fracasen como negocio es 9% menor comparado con las compañías que no exportan.
- En un nivel macroeconómico, la exportación de bienes y servicios resulta positiva para la balanza comercial, cuenta corriente y de pagos de cualquier país.
- Exportar implica una demanda para la producción doméstica de bienes, y multiplica el producto y los ingresos de la economía en general y de los exportadores.
- Permiten diversificar riesgos frente a mercados internos inestables, y amortiguar los efectos de problemas macroeconómicos. Disminución del riesgo de depender de un solo mercado.
- Se aprovechen mejor las instalaciones existentes y se tenga un nivel de producción que implique menores costos unitarios.
- Significa una forma de crecimiento y consolidación de cualquier empresa, sobre todo si los mercados internos son extremadamente competitivos.
- Se tiene la posibilidad de obtener precios más rentables debido a la mayor demanda del producto y de los ingresos de la población en los mercados a los cuales se exporta.
- A través de esta medida, se prolonga el ciclo de vida de un producto.
- La imagen de la empresa mejora en relación con proveedores, bancos y clientes.
- Diversificar productos y mercados para hacerle frente a la fuerte y creciente competencia mundial
- Aumento de competitividad mediante la adquisición de tecnología.
- Realización de alianzas estratégicas con empresas nacionales y extranjeras.

A- OBJETO

Establecer las actividades y responsabilidades para la prestación de servicios de AGENCIA DE EXPORTACIÓN.

B- ALCANCE

Todos los servicios de asesoramiento, planificación y desarrollo de actividades comerciales internacionales prestados por AGENCIA DE EXPORTACIÓN a sus clientes.

C- RESPONSABILIDADES

Descritas en el gráfico

D- DEFINICIONES Y ABREVIATURAS

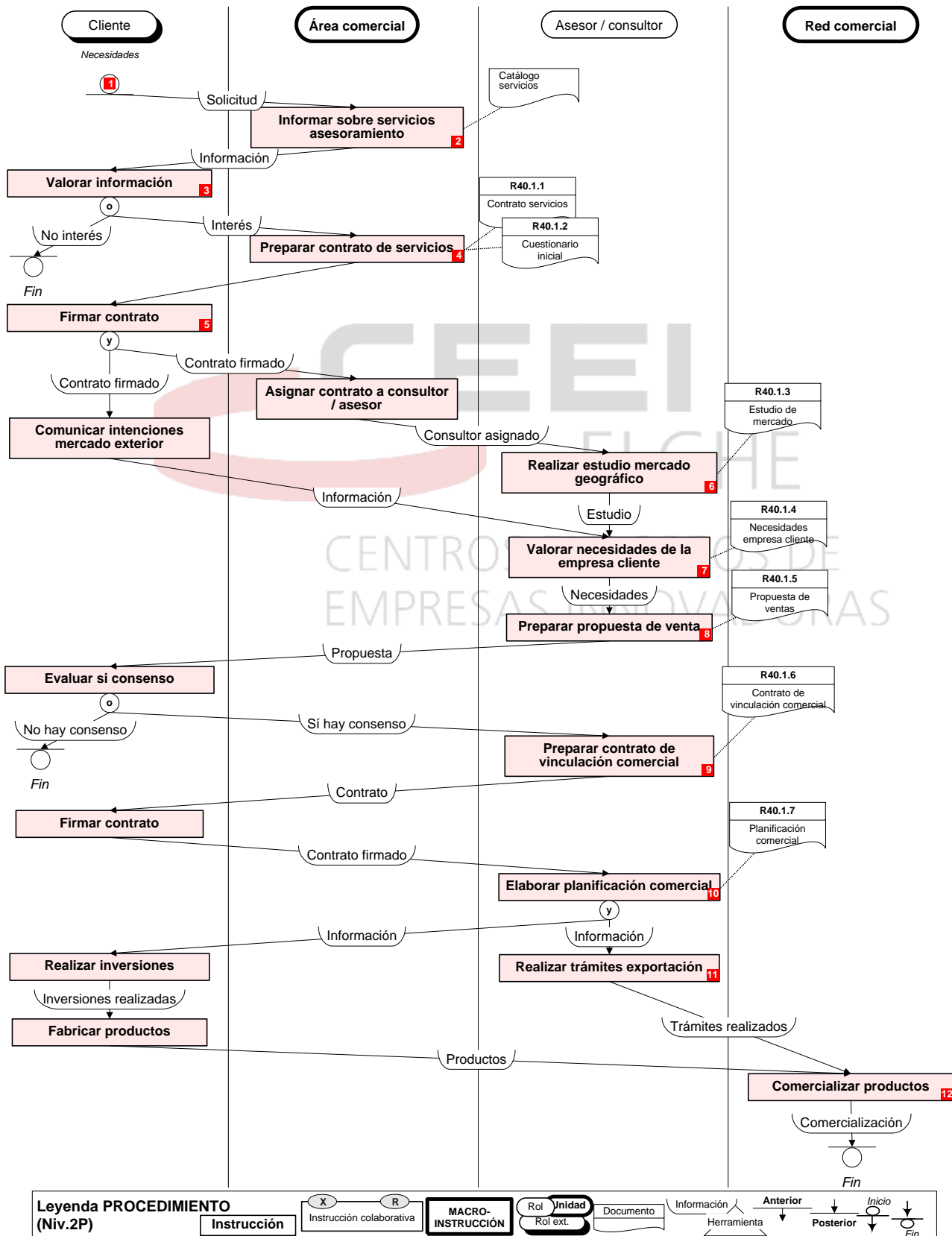
E- METODOLOGÍA

Descrita en el gráfico

F- DOCUMENTACION



GUÍA 40 Agencia de exportación PROCEDIMIENTO ESPECIFICO	Nivel 2	Ref. PE40.1	Versión 01
	Autor : Consultor jefe		
PE40.1-Prestar servicios de Agencia de Exportación			



G- CONTENIDO

Comentarios del gráfico

1. Necesidades

El cliente potencial contacta con el Dpto. Comercial de la Agencia de Exportación para solicitar información sobre los servicios de asesoramiento para la comercialización de sus productos fuera de su país de origen.

2. Informar sobre servicios asesoramiento

El Dpto. Comercial de la Agencia de Exportación facilita información precontractual y comercial al cliente potencial:

- Servicios de estrategias comerciales y outsourcing
- Servicios de asesoramiento comercial
- Comercialización en otros países
- Etc.

3. Valorar información

El Cliente potencial, valora los servicios de asesoramiento partir de la documentación presentada por la Agencia de Exportación.

4. Preparar contrato de servicios

En el caso de ser interesante la oferta para el Cliente potencial, la Agencia de Exportación prepara el contrato de servicios de asesoramiento comercial para su firma por el Cliente potencial. Se adjunta un cuestionario inicial para recopilar toda la información necesaria para realizar un correcto estudio de las necesidades y posibilidades de la empresa en el mercado exterior.

5. Firmar contrato

Si el Cliente potencial decide firmar el contrato, deberá entregar a la agencia de exportación el formulario con los datos completos que necesita la agencia de exportación para iniciar su asesoramiento.

6. Realizar estudio mercado geográfico

El asesor/ consultor realiza estudio de mercado por zonas geográficas para exportar los productos del cliente, valorando las necesidades insatisfechas con respecto al producto ofrecido.

7. Valorar necesidades de la empresa cliente

A partir de las intenciones, estrategias y necesidades de la empresa, junto con el informe del estudio de mercado, se valoran las posibilidades de producción y disponibilidad que anticipa el cliente, necesidades de almacenaje de la empresa, intenciones del cliente en conceptos como inversiones de lanzamiento en el país destino, nicho al que se quiere introducir el producto o los productos mediante tramites, imagen corporativa destacable y margen de comercialización efectivo disponible para exportar artículos y productos.

8. Preparar propuesta de venta

Se sugiere un precio de venta de los productos para exportar en el país destino atendiendo a los precios internos, las necesidades, la superación de calidades ya existentes, el origen de los productos y las dificultades de trámites reales para la venta en Europa de los productos de su empresa. Los márgenes de comercialización para exportar los productos se detallan y se explican, pudiendo lograr costes intermedios

de acuerdo a la intención del cliente de involucrarse en determinados pasos de la gestión para exportar a un país y en costes de tramites, administración y logística de en el país destino.

9. Preparar contrato de vinculación comercial

Una vez logrado el consenso necesario para desarrollar, la exportación de forma extensiva con la menor cantidad de trámites posibles, se prepara un contrato de vinculación comercial, normalmente en exclusiva para la comercialización de los productos del cliente a través de los canales comerciales de la agencia de exportación.

10. Elaborar planificación comercial

Se prepara confecciona el “timing” de inversiones, expectativas de venta y desarrollo en el país destino.

11. Realizar trámites exportación

Se realizan los trámites en el país destino que permitan la comercialización del producto (aduaneros, permisos, controles, licencias, etc).

12. Comercializar productos

Se comercializan los productos en el país destino empleando la red comercial concertada por la agencia de exportación.

