

### **Recomendaciones Generales a la hora de exportar y abrir mercados.**

- Hacer sociales durante la misión comercial, es importante hablar con aquellos empresarios que ya tengan experiencia en exportación a estos países. Realicen preguntas pertinentes a la idiosincrasia del empresario local, a su forma de negociar, que tiempos y exigencias manejan, etc.
- Es importante solicitar modelos de contrato para las operatorias tanto de comercio exterior como de distribución para no llevarse sorpresas. Esto permitirá seleccionar (al regresar a Argentina) con quien conviene cerrar tratos. Todo lo estipulado en la negociación debe quedar por escrito.
- Es muy recomendable llevar un control de las propuestas y concesiones que se hacen al negociar con cada posible comprador, esto permite minimizar malos entendidos ya que es muy probable que se pierdan ciertos detalles si realizan numerosas entrevistas en las rondas de negociación.
- Entablen buenas relaciones con los encargados comerciales de las embajadas, serán de mucha utilidad si llegan a tener algún inconveniente en el futuro aunque no esperen que estén dispuestos a solucionarles algún problema, si pueden llegar a movilizar algún contacto desde la Embajada o recomendar a alguien que lleve adelante el tema.
- Como un primer acercamiento al país, den preferencia a importadores que tengan venta directa (preferentemente que sean reconocidos) o supermercados que seguramente tienen el expertise necesario para realizar la operatoria en tiempo y forma (y sin gastos inesperados). Además los mismos sabrán solicitarles específicamente que papeles e información requieren para llevar adelante el proceso de importación.
- Deben tener en consideración que son países pequeños, con bastante concentración económica, por tanto los canales de distribución serán acotados.

- Deben poder distinguir aquellos posibles clientes que tengan mayor oportunidad de llegada al consumidor y recompra ya que es muy probable que quieran exclusividad en la distribución del producto. Tengan en consideración que la primera exportación no es la más difícil, sino la segunda o la tercera.
- Apenas lleguen a destino, dense una vuelta por los supermercados, vean precios, analicen orígenes de importación y en que segmento de precio/calidad sitúan su producto. Veán ingredientes, valores nutricionales, etc.
- Esto es importante para no salir con precios “descolocados” al mercado que piensen ingresar, así como también poder predecir el margen de ganancia de cada operatoria.
- Saquen fotos de las etiquetas, les serán de utilidad para sacar modelos y descripciones. Analicen los envases utilizados, el material, los colores utilizados (según el segmento del consumidor al cual se orienta) y el tamaño de las presentaciones para ver si deben readecuar ciertos diseños y presentaciones (de tener especial interés en el mercado para justificar dichos gastos). Tengan en consideración también que deben poder diferenciarse tanto de la competencia local, como la extranjera, para poder posicionar su producto adecuadamente.
- Hablen con la gente local para poder determinar los gustos y preferencias del consumidor, recuerden los nombres de las marcas instaladas por si son mencionadas al momento de negociar, se debe demostrar interés en el mercado local y conocimiento del mismo.
- Recuerden llevar muestras y pregunten a su despachante cómo hacer para ingresarlas sin problemas. Al ir en el marco de una misión comercial, debería estar garantizado un trato preferencial para la comitiva en este aspecto (para que no tengan problema alguno) pero si viajan de manera separada es necesario tener previsto este tema.
- Seguramente en estos países también tienen su propia ley de harina enriquecida. Prestar especial atención a las especificaciones que deberán cumplir.

- Pregunten todo lo necesario referido al etiquetado, que información debe contener el envase. En caso de que carezca de alguna información que les es requerida pregunten si se puede utilizar una etiqueta/sticker en el envase para subsanar el caso. Caso contrario deben tener en consideración los gastos que pueden llegar a derivarse de un rediseño del envase y reimpresión de los mismos.
- Tengan en consideración su capacidad de producción y entrega al pactar precios. Si es necesario duplicar los esfuerzos de producción para atender a un primer pedido, puede que no sean compensados económicamente con los precios pactados en primera instancia. A tal fin prever posibles escenarios, cantidades y precios.
- Deben tener en claro su precio FOB, como la cantidad final de mercadería (ya acondicionada para el transporte) que entra en un contenedor, así como también los posibles plazos de entrega. Previamente preguntar al despachante que periodicidad tiene la ruta hacia estos países y los costos finales previstos por contenedor (incluyendo gastos administrativos y profesionales).
- Lamentablemente es muy común que se realicen muchos esfuerzos por cumplir con un primer pedido de exportación, donde los costos terminaron siendo muy superiores a lo esperado (turnos extra, compras adicionales, gastos profesionales) y cuando se quiere remarcar el precio para la segunda exportación se pierde el cliente.
- Para los empresarios centroamericanos lo primordial es establecer confianza para llevar adelante un negocio, es por ello que tienen que estar bien preparados para las preguntas que puedan llegar a surgir, deben ser muy honestos y seguros en sus respuestas.
- Pueden llevar algunos vinos argentinos de regalo o dulce de leche, para cuando se concrete alguna operatoria, nunca darlos antes. Solo en caso de cerrar negocios a modo de expresar unión y gratitud.
- Si se va a realizar algún negocio de importancia, seguramente deberán coordinar algún encuentro adicional a la ronda de negociación, tenga previsto esto en su agenda. Ante una salida, el que invita paga. Devolver la cordialidad de ser posible.

- Hay que tener en consideración que es muy probable que se requiera un control del producto que lo realiza el ministerio de agricultura o el instituto del mercadeo agrícola en el caso de Panamá. Puede ser incluso que algunos productos requieran permisos de importación y estén regidos por cuotas.
- En Panamá los productos alimenticios deben ser registrados y el número de registro debe estar en señalado en el envase.
- Según la última información de la que dispongo, hasta el año pasado en Panamá, se aplicaba un derecho de aduana de 70 U\$D para las importaciones que superen los dos mil dólares. Además se aplica un recargo de 3,5% a los productos alimenticios. Estos gastos deberían estar a cargo del importador, pero se puede llegar a negociar en el marco de un acuerdo de distribución. Considerar todos estos costos adicionales a la hora de establecer un precio de venta. Consulten previamente con sus despachantes posibles gastos adicionales.

No olvidar tener en consideración los siguientes ítems:

- I. Deben saber cuál es la posición arancelaria por la cual el producto va a ser introducido en el país del comprador. Esto es fundamental para que el comprador pueda establecer sus costos impositivos, de cualquier modo, debería ser conocido este dato si trabajan con un importador que maneje estos productos. Si no deben proporcionar una descripción concreta y precisa del producto para que puedan realizar la correspondiente clasificación arancelaria.
- II. Establecer que formas de pago serán aceptadas (carta de crédito, cobranza documentaria, letra de cambio, etc.).
- III. Establecer previamente cantidades disponibles para venta, y marcar precios en función de cantidades (y costos logísticos).
- IV. Puede ser que les pregunten sobre si disponen de alguna certificación de calidad de sus productos.
- V. Deberán preguntarle al comprador en qué lugar se hará la entrega, en función de esto preguntarle al despachante posibles costos, puede que haya varias rutas previstas con distintos costos.
- VI. Deben poder establecer plazos de entrega, fechas estimadas de producción y de colocación en el buque.

- VII. Preguntar sobre todas las certificaciones de origen y sanitarias que sean necesarias.
- VIII. Establecer plazos de mantenimiento de la oferta. Esto es importante porque deben responder a varios posibles compradores en el corto plazo.
- IX. Establecer el embalaje necesario para que el producto llegue en condiciones para la venta. Tener en cuenta condiciones de humedad.
- X. De librar una negociación bajo licencia de exclusividad puede llegar a solicitarse algún tipo de financiamiento al fin de establecer una relación comercial de largo plazo.



*Si el presente material es difundido o replicado se solicita al Editor citar la fuente.*