

Mendoza Escamilla, Viridiana, "Los 3 retos de las Pymes exportadoras", *Pepe y Toño*, México, febrero de 2012.

Consultado en:

http://www.pepeytono.com.mx/novedades/2012/02/los_3_retos_de_las_pymes_exportadoras

Fecha de consulta: 01/02/2012.

Las firmas pequeñas y medianas apenas contribuyen con 5% del total de ventas al extranjero: IQOM; para vender fuera del país, las empresas deben trabajar en un plan de integración de mercados.

Por: Viridiana Mendoza Escamilla

CIUDAD DE MÉXICO (CNNExpansión) — México exporta casi 2,000 millones de dólares diarios en mercancía, y 15 grandes empresas concentran el 20% del total de los envíos, mientras que 33,000 pequeñas y medianas empresas realizan ventas anuales al extranjero por menos de 10 millones de dólares cada una, contribuyendo apenas con el 5% del total de las ventas.

Así lo afirman datos de IQOM, una firma de estadística y consultoría empresarial especializada en comercio exterior, que dice que México tiene una fuerte presencia en las ventas de productos del sector manufacturero al mercado estadounidense, aunque todavía queda mucho por trabajar en el ámbito de las exportaciones de valor agregado por parte de las pequeñas empresas.

Para las firmas pequeñas la tarea es un desafío porque además de cumplir con los estándares de calidad, es vital cumplir también con una producción suficiente para exportar, al mismo tiempo deben buscar a los clientes indicados, según explica Sergio Gómez Lora, director de IQOM.

"Muchas de las pequeñas empresas son importadores de insumos, pero no de manera sofisticada, esto quiere decir que compran material a proveedores extranjeros sin hacer un

estudio minucioso cuando probablemente hay otros distribuidores con mejores condiciones", añade.

Para facilitar esta tarea, la empresa, en conjunto con el Fondo Pyme de la Secretaría de Economía, lanzará desde febrero un programa de apoyo para 150 empresas que tienen potencial para exportar.

El programa consiste en un taller que será impartido el 21 de febrero, con asesoría por parte de un profesional de IQOM y acceso por un año a una plataforma que permite consultar la información comercial de 45 países.

Generalmente el servicio de consulta de información tiene un costo de 4,800 dólares anuales, pero las empresas pertenecientes al programa pagarán únicamente 600 pesos. Las compañías fueron seleccionadas por la Secretaría de Economía en conjunto con varias cámaras empresariales.

"La idea es que las empresas, antes de gastar algo en realizar una misión comercial, conozcan cuáles son los productos que se importan en el país contemplado y si pueden generar una oferta competitiva para las empresas compradoras", explica Sergio Gómez.

De acuerdo con la firma, tres de los principales retos de las pequeñas y medianas empresas exportadoras son:

1) Conocer al cliente potencial y diseñar ofertas competitivas: No es suficiente pensar que el país destino es un gran consumidor de tu producto, tienes que poder ofrecer el producto a un precio competitivo sin afectar tu margen de ganancia y operación.

2) No cerrarte: existe más de un mercado potencial para cada sector de producción de México, conocer las características de más de un país puede ayudarte a generar una buena estrategia de diversificación.

3)Estudia las implicaciones: Exportar no es tan fácil como sólo poner tus productos en una caja y enviarlos a venderse por sí solos. Antes debes averiguar los principales estándares de calidad y previo a realizar cambios en tu producción para cumplirlos, debes cerciorarte que el gasto será una buena inversión.

Fuente: cnnextension.com