

PARA DECIDIR EXPORTAR

PASOS PREVIOS	SI	NO
¿Definió el motivo por el cual decidió exportar?		
• Por una estrategia de desarrollo de la empresa.		
• Para dar un mejor uso a las instalaciones, incrementar la productividad y optimizar los costes de producción.		
• Para superar posibles dificultades de ventas en el mercado interno (pero cuidado: no hay que considerar la exportación como una "salida a la crisis". Hay que pensar en exportar antes de que sobrevenga una crisis.		
• Por la posibilidad de obtener precios más competitivos en otros mercados.		
• Para prolongar el ciclo de vida del producto.		
• Para diversificar los riesgos, que dejan de concentrarse solo en el mercado interno.		
• Para mejorar el nivel de los recursos humanos pues, por lo general, en las empresas internacionales se forma mejor al personal.		
• Para un mayor desarrollo tecnológico e incremento de la rentabilidad.		
• Para mejorar la calidad del producto, pues la empresa estará obligada a adaptar la calidad en base a las diferentes exigencias de los distintos mercados.		
• Porque hay incentivos gubernamentales.		
¿Realizó un diagnóstico en el cual consideró todos los elementos claves para exportar con éxito, incluyendo un análisis del o los productos o servicios a exportar?		
• Análisis FODA (DAFO) - estudiar la empresa		
• Análisis PESTLE - estudiar el entorno		
¿Realizó un estudio de mercado?		
• Es central preguntarse qué formas, insumos, ingredientes, gustos, tallas, tamaños, colores o packaging debe tener el producto para venderse en el mercado de destino.		
• Cuáles son los niveles de precio a los que usualmente se compra en este destino; cuál es el segmento objetivo de consumo para los productos; quién o quiénes son los importadores más adecuados para la empresa, qué formas de promoción se deben implementar para dar con los compradores adecuados y si se puede vender con la marca de la empresa o esta ya se encuentra registrada en destino, entre otros temas.		
¿Cuenta con una estrategia de exportaciones?		
La estrategia de exportación le ayudará a administrar los sectores de mercado que ha identificado como actividad principal, enfocar sus recursos y le permite dar respuestas y servicio de calidad a sus nuevos clientes de exportación.		
¿Determinó el o los productos o servicios que va a exportar?		
La empresa debe identificar cuál o cuáles de sus productos o servicios se adaptan mejor a las condiciones que impone el mercado de destino y a las preferencias de los consumidores, es decir, cuál de los productos o servicios ofrecidos se adecua mejor a los requerimientos de la demanda y, por lo tanto, está en condiciones de ser exportado. Ventaja Competitiva del producto o servicio.		

PARA DECIDIR EXPORTAR

PASOS PREVIOS	SI	NO
¿Identificó el mercado y conoce los requisitos establecidos para su producto o servicio?		
<ul style="list-style-type: none"> • Información general sobre el país, el área y/o el mercado específico al que desee exportar. ¿Es atractivo este mercado? 		
<ul style="list-style-type: none"> • Información necesaria para pronosticar los requerimientos del producto, anticipando las tendencias sociales, económicas, de la industria y del consumidor del mercado o país específico. 		
<ul style="list-style-type: none"> • Datos para llevar a cabo decisiones claves sobre adaptación de producto, promoción, distribución y precio. 		
<ul style="list-style-type: none"> • Preselección de países que ofrezcan las mejores oportunidades para su producto, ver temas como idioma, distancia, cultura. 		
<ul style="list-style-type: none"> • Investigar si su producto cuenta con preferencias arancelarias, en el marco de los tratados y acuerdos internacionales de comercio que tiene suscritos Panamá. 		
<ul style="list-style-type: none"> • Conocer las exigencias y requisitos del país de destino, así como sus canales de comercialización y distribución. 		
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Soy competitivo en el mercado de destino? 		
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuento con una estrategia de acceso al mercado seleccionado? 		
Evaluó la logística, las exigencias aduaneras y los costos de exportación (recuerde incluir los seguros)		
¿Su empresa tiene la capacidad y los recursos?		
Debes hacer preguntas como:		
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Tiene la capacidad interna suficiente para hacer frente a la creciente carga de trabajo? 		
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Tiene la suficiente capacidad para incrementar la producción? 		
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Es competitivo en costos? 		
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Su tecnología, sus marcas y la propiedad intelectual están protegidas? 		
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué tan eficientes son sus procesos? 		
¿Seleccionó su alternativa de ingreso al mercado?		
<ul style="list-style-type: none"> • Exportación Directa: la empresa exportadora entra directamente en contacto con el mercado del país al que dirige sus exportaciones. • Exportación indirecta: la empresa delega la actividad exportadora a un intermediario (persona física o moral) que puede estar localizado, ya sea en el propio país de exportación o en el extranjero. • Piggyback • Consorcios de exportación • Joint Ventures • Franquicia • La venta directa desde tu propia tienda online • La venta desde plataformas de terceros, como son los marketplaces • La venta mediante un franquiciado online introducido en el país destino 		
¿Realizó el contacto comercial con sus posibles clientes?		
Inicio de los tramites de exportación		