



Consultorio de comercio exterior

El ingreso de cualquier producto a un destino objetivo exige el conocimiento sobre la normativa aduanera vigente para la entrada de bienes desde puertos marítimos y aeropuertos. En el mercado pueden encontrarse agentes de compras y ventas, empresas y comercializadoras internacionales que, valiéndose de su trabajo y atención del país destino, sirven como intermediarios para la llegada de los artículos hasta el consumidor final. Debido a la importancia de este tema, y los nuevos acuerdos comerciales que busca Colombia como los negociados con el Triángulo del Norte Centroamericano y el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, el consultorio de hoy ampliará el tema ya tratado sobre las diferentes formas de llegada de mercancías a mercados y las maneras indirectas de lograrlo.

¿Qué criterios deben tenerse en cuenta para elegir la forma de ingreso?

Hay innumerables maneras de llevar el producto al consumidor final. La siguiente lista muestra algunos criterios para elegir la más adecuada para entrar al mercado:

- Grado de control que el producto requiere: si comercializa un producto muy específico, como alarmas de seguridad para casas, se necesita que estas tengan una estructura de asistencia técnica, a su vez, una gran fuerza de ventas.
- Contratos: si se protege mucho al agente por medio de la legislación de algún país destino de exportación, será necesario pensar en trabajar con un distribuidor o con un vendedor directo.
- Disponibilidad de inversión: en ocasiones se prefiere montar una oficina de ventas manejada directamente, en vez de acudir a un agente o distribuidor. Indudablemente, depende de la disponibilidad de recursos de la empresa.
- Estructura del mismo exportador: una gran empresa que cuente con experiencia internacional, puede optar por una filial de producción, mientras que una empresa pequeña se debe limitar a trabajar con un importador.
- Estructura comercial de exportación existente: en países como Japón hay una infinidad de comercializadoras, por lo que es conveniente entrar a este país por medio de ellas.

¿Cuáles son las principales maneras de llegar indirectamente?

Estas son las formas indirectas de ingreso a otros países:

- Agente de compras (buyer agent): son oficinas de importadores. Es una gran ventaja porque el exportador puede realizar contactos con los importadores sin salir del país, por medio de los agentes de compras. Asimismo, éstos establecen convenio con empresas sobre logística internacional, para consolidar cargamentos de varios proveedores y reducir así los costos de distribución.
- Agente de corretaje (broker): es un intermediario que opera en sectores muy específicos y conoce el mercado de la competencia. Su remuneración se fija por medio de comisiones.
- Piggy back: es muy común en Estados Unidos. Con este sistema se maneja por lo general, contratos de compra-venta. Son utilizados especialmente para materias primas.
- Jobber: es otra de las tantas formas utilizadas en EE.UU.. Ya en la práctica, un mayorista compra, almacena, y revende para otros mayoristas. Se trabaja con buenos márgenes y al efectuarse una intermediación su comisión la paga en parte el comprador y el vendedor.

¿Qué papel juegan los agentes de ventas?

Estas son personas que desarrollan contactos de venta, con una sede principal en el país del propio exportador. Su remuneración se da bajo comisiones. Generalmente, hay tres tipos de agentes: el general con exclusividad, identificado como único agente en un determinado mercado; el oficial de venta, acreditado para trabajar en algunos segmentos de mercado; y el autónomo, que actúa con libertad e independencia con relación a la empresa exportadora.

¿Qué tipos de firmas pueden escogerse para ingreso no directo?

Dos tipos son las más utilizadas de acuerdo con su forma de trabajo:

- Empresa comercializadora (Trading Company Import-Export): es una sociedad mercantil, cuyas actividades son compraventa, intermediación, financiaciones, comercialización e industrialización. Manejan grandes volúmenes de negocios y materias primas.
- Compañías comerciales: las organizaciones comerciales son comercializadoras de dimensiones menores. Usualmente, son ágiles, agresivas, puntuales y se especializan en pocos rubros de productos. Estas empresas son perfectas para las pyme, puesto que a una gran comercializadora no le interesaría trabajar con pequeñas o medianas empresas por los volúmenes que allí se manejan.