



Exterior Mente

CONSULTORÍA DE
EXPORTACIÓN

GUÍA RÁPIDA PARA EXPORTAR

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	3
2. LISTA DE VERIFICACIÓN EN 7 PASOS PARA EXPORTAR CON ÉXITO	4
Paso 1 – ¿Por qué?	4
Paso 2 – ¿Dónde?	4
Paso 3 - ¿Cómo?.....	5
Paso 4 – ¿Y ahora qué?	5
Paso 5 – Prepárate y actúa	6
Paso 6 – Ejecución impecable.....	6
Paso 7 – ¿Crecer o frenar?	7

1. INTRODUCCIÓN

“La suerte es lo que sucede cuando la preparación se encuentra con la oportunidad.”— Séneca

Gracias por descargar esta guía para exportar. ¡Enhorabuena por dar el primer paso hacia el inicio o el aumento de tus ventas en mercados internacionales!

Sabemos que puede resultar intimidante, y a menudo lo más difícil es saber por dónde empezar. Pero ya formas parte del 10% de las empresas valientes: solo 1 de cada 10 pymes exporta. La mayoría alega como barreras el miedo a lo desconocido, la falta de capacidades internas o recursos suficientes.

Seguir unas cuantas pautas simples puede hacer que exportar sea más fácil de lo que crees.

Y, sobre todo, puede aportar beneficios tangibles y reales: Las pymes españolas que exportan generan, de media, 300.000 € adicionales en ventas. Esta guía te mostrará cómo alcanzar ese objetivo... y llegar hasta el millón.

Esta guía de 7 pasos te proporciona un marco de trabajo, desde evaluar si estás listo para exportar hasta encontrar oportunidades, lograr tus primeras ventas y escalar tu negocio internacional. Es una herramienta práctica. Un sistema de 7 pasos para identificar oportunidades reales, evitar errores frecuentes y empezar a vender fuera con foco y estrategia.

Aquí encontrarás la experiencia de más de 15 años trabajando con empresas como la tuya en más de 25 países.

Las oportunidades están ahí fuera. No para todos. Solo para quienes están listos para aprovecharlas.

Y tú, ya has empezado.

2. LISTA DE VERIFICACIÓN EN 7 PASOS PARA EXPORTAR CON ÉXITO

Paso 1 – ¿Por qué?

Antes de hacer cualquier otra cosa, debes tener claro por qué quieres exportar y si tu empresa está realmente preparada para este reto. Este paso explora:

Tus motivaciones reales para exportar:

- Qué resultados esperas y en qué plazo.
- Tu actitud ante el riesgo.
- Los recursos disponibles y el tiempo que puedes dedicar.
- El grado de compromiso dentro de tu organización.
- El impacto que podría tener la exportación sobre tu negocio actual.
- Cómo evaluar estos factores antes de tomar una decisión.

Paso 2 – ¿Dónde?

Si ya has decidido que exportar es lo correcto, ahora toca saber a qué mercado dirigirte. No puedes estar en 195 países a la vez... ¡ni siquiera Apple lo está!

En este paso analizamos:

- Cómo interpretar tus propios datos: consultas, ventas, origen de clientes.
- Qué aprender de tu competencia: dónde venden, cómo lo hacen, qué eventos visitan.
- Cómo hacer una investigación de mercado eficaz.
- Evaluación del potencial de cada país.
- Quién es tu cliente objetivo en cada mercado.
- Barreras de entrada (certificaciones, idioma, costes logísticos).
- Análisis de riesgos (moneda, política, normativa).
- Cómo puntuar y priorizar los mercados más atractivos.

Paso 3 - ¿Cómo?

Ahora que ya sabes a qué mercado dirigirte, toca diseñar tu estrategia de entrada. Este paso es fundamental para definir el enfoque correcto.

Exploramos:

- Cuántos mercados puedes abordar a la vez sin dispersarte.
- Qué ruta seguir: distribuidor, agente, venta directa, e-commerce...
- Cómo seleccionar y negociar con socios adecuados.
- Cómo evitar acuerdos apresurados o exclusividades sin garantías.
- Qué recursos necesitarás para ejecutar la estrategia.
- Cómo implicar a todo tu equipo o stakeholders.
- Cómo definir hitos, objetivos y métodos de evaluación de resultados.

Paso 4 – ¿Y ahora qué?

Ya tienes tu mercado objetivo y una estrategia de entrada definida, con hitos claros. Pero ahora toca implementarla. Tener un gran plan sobre el papel no sirve de nada si no se ejecuta con energía y foco.

¿Quién liderará la implementación? ¿Cuentas con los recursos internos adecuados, como un Export Manager o director de exportación? ¿Tu equipo tiene la experiencia necesaria? ¿Pueden asumir esta responsabilidad sin descuidar otras áreas clave?

Incluso si decides trabajar con un distribuidor o agente, alguien debe liderar, motivar, visitar y dar seguimiento. Un buen socio generará trabajo, no lo quitará. Si tienes experiencia interna, perfecto. Pero asegúrate de que hay tiempo y dedicación suficiente.

Evita repartir a tu equipo entre demasiados mercados. Mejor enfocarse en uno o dos y hacerlo bien. Si no tienes recursos internos, puedes apoyarte en un consultor con experiencia internacional. Esto te permite empezar con menor compromiso y riesgo, pero elige bien: que tenga tiempo, conocimientos y motivación.

Paso 5 – Prepárate y actúa

Tienes estrategia, mercado y equipo. ¿Estás listo para salir al mercado?

Asegúrate de que todo está preparado internamente: tu personal debe conocer el proyecto, saber responder a consultas, manejar documentación, etc.

¿Tienes catálogos, fichas técnicas, etiquetado y material promocional en el idioma y formato correcto? ¿Está lista tu logística? ¿Necesitas stock local? ¿Requiere el país algún registro o aprobación previa?

Define tu propuesta de valor: ¿por qué deberían elegirte a ti? ¿Qué beneficios les das? No siempre puedes competir en precio, pero sí en valor percibido.

Piensa en todo el proceso de venta y entrega antes de comenzar. Recuerda: "Solo tienes una oportunidad para causar una buena primera impresión".

Paso 6 – Ejecución impecable

¿Primeros pedidos? ¡Genial! Pero ahora empieza el trabajo de verdad.

Tu cliente te está observando: cumplimiento, plazos, documentación, calidad, soporte... todo cuenta.

No escatimes ni improvises: entrega con excelencia, incluso si el pedido es pequeño. Esto marca el estándar de lo que pueden esperar de ti.

Haz seguimiento. Pregunta si están satisfechos. Si hay incidencias, resuélvelas rápido, incluso si no estás de acuerdo. La percepción del cliente es lo que cuenta.

Pide el siguiente pedido, conoce sus ciclos de compra y mantente presente. Y no olvides la gran pregunta: "¿A quién más debería conocer?". Las recomendaciones abren puertas.

Pide testimonios, desarrolla casos de éxito. Todo esto construye credibilidad y confianza.

Paso 7 – ¿Crecer o frenar?

Han pasado 6–12 meses desde que empezaste en este mercado. Has ganado clientes, cerrado pedidos, generado visibilidad... y quizás estás pensando en abrir una filial o JV.

¡Alto! Revisa tus hitos del Paso 3: ¿estás en línea con tus objetivos? ¿Estás generando beneficios reales?

Reevalúa tu estrategia. ¿Qué riesgos estás dispuesto a asumir? ¿Puedes asumirlos realmente?

Crecimiento implica más recursos, más complejidad. Define una estrategia de Fase 2 con nuevos hitos y valora los costes frente a los retornos.

Decide con datos, no con entusiasmo. Y asegúrate de que todos en tu organización están alineados.