

RELOJ EXPORTADOR

EXPORTAR EN 12 PASOS











- 1. Preparación
- 2. Organización
- 3. Análisis
- 4. Adecuación
- 5. Promoción
- 6. Comunicación
- 7. Negociación
- 8. Contratación y pago
- 9. Envasado y embalado
- 10. Envío y transporte
- 11. Cumplimiento y solución
- 12. Evaluación final

RELOJ EXPORTADOR



1

PREPARACIÓN









¿Por qué deberíamos exportar?

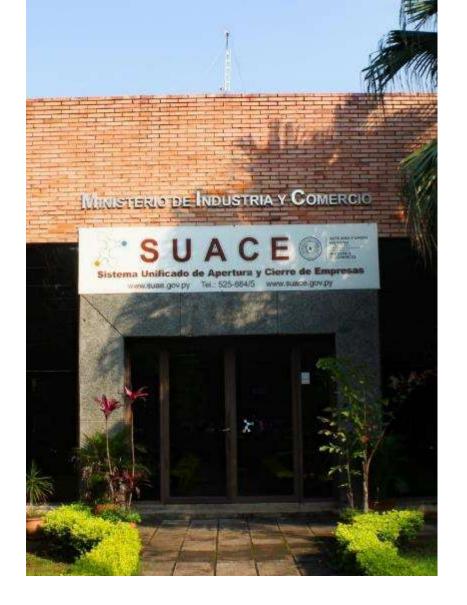
- Diversificación de nuestra economía: Hoy en día, dos tercios de las exportaciones paraguayas están compuestas por solo cinco productos: Soja, carne bovina, maíz, trigo y expeller de soja.
- Mercado de consumo masivo: El mundo cuenta con más de 7.000 millones de habitantes, comparando con menos de 7 millones en el mercado interno.
- El mundo nos necesita: Paraguay tiene el potencial de alimentar a más de 50 millones de personas en el mundo.



- Participación en la globalización: No podemos detener el proceso de integración productiva global. Pero podemos participar de él.
- Generación de empleo: Estudios internaciones señalan que el rumbo de la economía nacional consiste en la exportación diversificada de productos con valor agregado.

Creación de una empresa formalizada

- Exportaciones (salvo las ocasionales)
 requieren de una empresa con RUC
- Registrar una empresa para formalizarla (como sociedad o unipersonal)
- Registro agilizado en el Sistema Unificado de Apertura de Empresas (SUACE)
- Consulta de los requisitos en:
 - o www.suace.gov.py
 - o Tel. 021-505 000



Cap. Pedro Villamayor esq. Teofilo del Puerto
Asunción, Paraguay
(+595 21) 525 884 / 525 885 / 513 531 / 527 236
www.suace.gov.py

Registro de la empresa en la VUE

- La Ventanilla Única de Exportación (VUE) fue establecida para focalizar los distintos trámites de exportación.
- El registro es obligatorio para exportadores, pero no obliga a la exportación inmediata.
- Consulta de los requisitos en:
 - o www.vue.org.py
 - o Tel. (+595 21) 513 533 / 40



Cap. Pedro Villamayor esq. Cap. Nicolas Blinoff.
Asunción, Paraguay
(+595 21) 513 535 / 513 536 / 513 538 / 513 539
www.vue.org.py

Puedo exportar si...



- Cuento con productos de buena calidad y con una suficiente capacidad productiva
- Cuento con las reservas financieras para costear el envío, o puedo acceder al financiamiento
- Cuento con los recursos humanos necesarios para la producción, la tramitación, la promoción y la atención al cliente internacional

- Dispongo de un plan de negocios para mi empresa, para estimar los recursos, riesgos y beneficios ligados a la exportación
- Cuento con empresas asociadas y/o prestadores de servicios fiables en el caso de no cumplir a solas con los requisitos anteriores.

Para una exportación exitosa no es suficiente...

- Contar con un excedente ocasional de productos
- Observar los precios al consumidor final en los mercados de interés
- Contar con un amigo o pariente en el exterior que no esté experimentado en la materia comercial específica
- Haber escuchado "de oídas" sobre
 oportunidades comerciales para ciertos
 productos y/o mercados
- Encontrar algún pedido con altos márgenes de renta en un sitio de Internet o en el e-mail

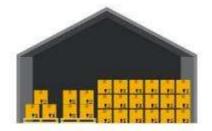














RELOJ EXPORTADOR



ORGANIZACIÓN











Plan de Negocio Exportador

Un Plan de Negocio Exportador (PNE) debe alinearse a los planes y políticas corporativas generales.

El PNE debe contemplar, como mínimo:

y documentación.

01	02	03	04
Portafolio de	Capacidad de	Recursos humanos	Subcontrataciones
productos ofrecidos.	producción, depósito	requeridos.	requeridas.
	y transporte.		

05	06	07	08
Costos de producción,	Rentas esperadas.	Riesgos operativos y	Financiamiento de la
depósito, transporte,		mecanismos de	producción y de la
despacho, promoción		reducción o blindaje.	exportación.



Costos de Exportación

- Sumatoria entre los costos internos, de envío y de despacho.
- Considerar las variaciones del tipo de cambio.
- El riesgo cambiario puede ser amortiguado mediante el "Forward" bancario.

Componentes:

01

Flete al puerto o aeropuerto.

Documentación sanitaria o de calidad (no usual para textiles).

03

Documentación de origen.

Despacho.

04

02

05

Transporte internacional.

EJEMPLO DE CÁLCULO

- Punto de partida: 100 manteles embalados, peso de 90 kg
- Enviado hasta aduana de destino con despacho por el importador

RUBRO	PROVEEDOR	Gs.	USD
Flete de Villarrica a Luque	NSA	100.000	22,22
Canon SOFIA	Despachante	112.500	25,00
Tasa Visación	Despachante	90.000	20,00
Tasas Portuarias	Despachante	36.000	8,00
Autorización Certificado de Origen	AICP	180.000	40,00
Certificado de Origen	MIC	65.000	14,44
Aeropuerto Pettirossi a Los Ángeles	COPA AIR	1.021.500	227,00
Total General		1.605.000	356,67

Costo por mantel 16.050 3,57







Preparación del Capital Humano

Un negocio exportador requerirá de un Capital Humano específicamente preparado.

El personal puede ser contratado o capacitado.



01

Atención profesional al cliente internacional (idioma y relaciones públicas)



02

Supervisión de producción con enfoque de calidad elevada y constante (conocimientos técnicos)



03

Promoción y negociación internacional (flexibilidad, experiencia, relaciones públicas).







Servicios profesionales internos o externos

- Existen empresas
 especializadas para
 servicios vinculados al
 comercio internacional
- Para empresas
 principiantes, puede ser
 recomendable contratar a
 servicios externos para:



01

Tramitación, documentación, certificación y servicios legales.



02

Diseño, promoción y comercialización internacional.



03

Embalaje, estibo y transporte (logística).

RELOJ EXPORTADOR



3 ANÁLISIS

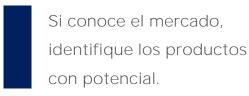








Determinación de productos y mercados





Si conoce el producto, identifique los mercados con potencial.



Si no conoce lo uno ni lo otro, identifique nuestra oferta exportable.

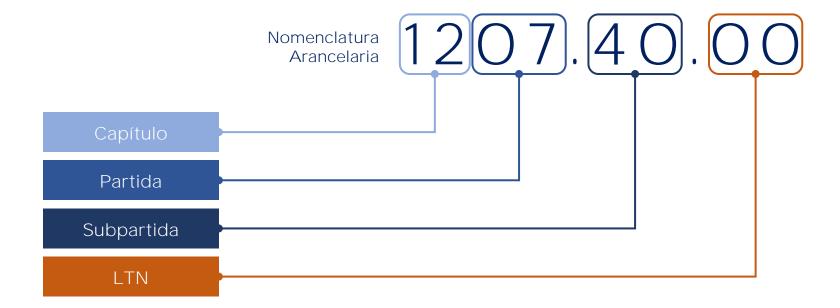


Identifique la partida arancelaria





Países y bloques pueden o no tener "líneas tarifarias nacionales" propias.



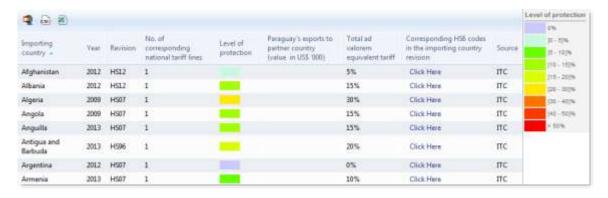
Aranceles y preferencias



Los derechos de acceso al mercado pueden determinar la rentabilidad.



Aprovechamiento de la existencia de ventajas arancelarias competitivas.



www.macmap.org

Product code	Product description	Tariff regime	Applied tariff	Total ad valorem equivalent tariff
2008910000	Palm hearts, prepared or preserved, whether or not containing added sugar or other sweetening matter or spirit (excl. prepared or preserved with vinegar)	MFN duties (Applied)	10%	10%
2008910000	Palm hearts, prepared or preserved, whether or not containing added sugar or other sweetening matter or spirit (excl. prepared or preserved with vinegar)	Preferential tariff for countries beneficiary of the incentive arrangement for sustainable developme	0%	0%
N 1 → N Page size: 50 ▼				

Aranceles ejemplares



Manteles de algodón:

- Estados Unidos 5,8%
- Mercosur 0,0% (comparando con 35% sin preferencia)

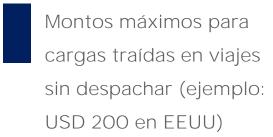


Blusas para damas, algodón:

- Estados Unidos 9,0% (si es certificado folclórico o hecho a mano)
- Mercosur 0,0% (comparando con 35% sin preferencia)

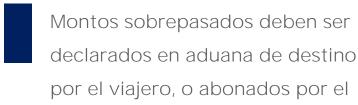
Aranceles para envíos menores

Montos máximos para envíos particulares sin despachar (ejemplo: USD 100 en EEUU)



Envío de muestras sin valor comercial deben ser marcadas y anuladas (por ejemplo, por tachaduras o perforaciones)

Régimen especial para ferias (equipamiento temporario del Stand).



destinatario de un envío.

Reglas de origen

Normativas para

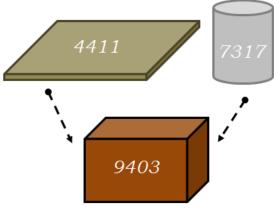
determinar cuando un
producto es originario
de un país.

Con ello, se evitan las triangulaciones con productos preferenciales.

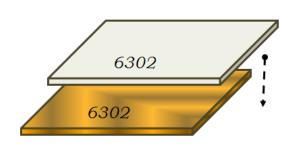
Criterios de origen
dependen de los
productos y de los países
importadores.







Salto de partida



Proceso de conversión

Indicadores sociales, económicos y productivos

Los "World Development Indicators" del Banco Mundial constituyen una fuente con miles de indicadores históricos y actuales, de libre acceso.



Costumbres de consumo y sus tendencias



Identificación de costumbres alimenticias de la población.



Variaciones a lo largo del tiempo.



La comparación con la producción doméstica permite identificar la demanda importadora.



RELOJ EXPORTADOR



4
ADECUACIÓN







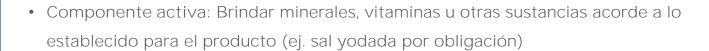


Requisitos Técnicos



Son requisitos técnicos aquellas exigencias al producto, sus características y cualidades que el mercado de destino considera como necesarios para el consumidor, para el medio ambiente y para los involucrados en la producción, el manejo y la comercialización de la mercadería

Protección de la salud al consumidor



- Componente pasiva: No sobrepasar los límites (o no contener) de ciertas sustancias o agentes considerados nocivos al organismo, como:
 - Gérmenes patógenos.
 - Metales pesados (plomo, cadmio, mercurio).
 - Residuos de estiércol, agroquímicos o fertilizantes.
 - Organismos genéticamente modificados no habilitados.
 - Medicamentos u hormonas de uso veterinario.
 - Radiación radiactiva (de origen tratamiento o ambiental).
 - Derivados de la descomposición endógena del producto.

Sustancias reglamentadas

- Los mercados podrán establecer admisiones, reglamentaciones y prohibiciones de sustancias alimenticias y aditivos alimenticios.
- Alimentos (incluyendo las bebidas) prohibidos pueden ser:
 - Narcóticos
 - Alimentos nuevos
 - Productos procedentes de especies protegidas
 - Alimentos con rechazos culturales
- Aditivos alimenticios prohibidos o reglamentados pueden ser:
 - Acidulantes, edulcorantes, saborizantes, conservantes, colorantes, antioxidantes y sustancias de tratamiento superficial no habilitados.

Respaldar las condiciones de producción



Muchos países, en sus reglamentos técnicos incluyen al proceso de producción, transporte, depósito y procesamiento de los alimentos y otros productos para:

- Proteger la seguridad del consumidor
- Cumplir con el derecho del consumidor a la información
- Dar seguimiento en casos de irregularidades detectadas (trazabilidad)
- Resguardar las condiciones sociales, laborales y ambientales básicas en la producción y el transporte.

Protección del medio ambiente



- En el país de origen: Evitar la extinción de especies amenazadas y preservar la biodiversidad (CITES)
- En el país de destino: Problemática de proliferación de especies exógenas que alteran los ecosistemas o acarrean enfermedades:
 - Insectos (huevos, larvas, pupas o adultos)
 - Invertebrados (caracoles etc.)
 - Hongos
 - Gérmenes
 - Material de propagación vegetal (semillas de yuyos)

Las plagas pueden ser causadas por embalajes contaminados, cargamentos ahigiénicos o mediante la infestación invisible en frutas y verduras.

Proceso de armonización técnica



- La Organización Mundial de Comercio (OMC) impulsa y coordina la armonización mundial de los requisitos técnicos
- Para los miembros de la OMC, requisitos técnicos solo pueden establecerse con fines de protección científicamente respaldados
- Es criterio de cada país canonizar las normativas técnicas elaboradas por los gremios correspondientes ligados a la OMC

Instituciones globales de armonización técnica

INSTITUCIÓN	SOCIO EN PARAGUAY	ALCANCE
Organización Mundial de Sanidad Animal (OIE)	SENACSA	Productos animales incluyendo lácteos, mieles y derivados no comestibles
Convención Internacional de Protección Fitosanitaria (CIPF)	SENAVE	Productos vegetales sin proceso de transformación
Codex Alimentarius	INAN	Alimentos elaborados en general

Fuentes de información sobre requisitos técnicos



- La información necesita ser obtenida caso por caso
- Una referencia pueden ser SENACSA, SENAVE e INAN y sus respectivas pares en el país de destino
- Servicio de Información y Notificación del MIC: www.snin.gov.py
- Recomendación de consultar directamente al importador
- Plataformas de información regional o nacional:









Certificación y documentación



- Necesidad de respaldar el cumplimiento de las normativas técnicas.
- Análisis por laboratorios públicos (INTN) o privados habilitados (por ONA).
- Posibilidad de efectuar análisis en laboratorios extranjeros habilitados.
- En determinado productos (como granos), puede ser suficiente una inspección visual del cargamento.
- SENACSA, SENAVE o INAN emiten los certificados legales respaldatorios.

Estándares voluntarios

- Son aquellos estándares que sobrepasan las exigencias legales mínimas
- Pueden ser establecidos por gremios, ONGs, gobiernos o empresas
- Su cumplimiento es auditado, certificado y respaldado por sello
- Ventajas para acceder a nuevos clientes y obtener mejores precios
- Estándares usuales enfatizan, entre otro:
 - o Producción ecológica
 - o Producción socialmente justa
 - o Nivel de calidad destacado
 - o Origen por indicación geográfica
 - o Requisitos religiosos (como el kosher y el halal)

Ejemplos de estándares voluntarios









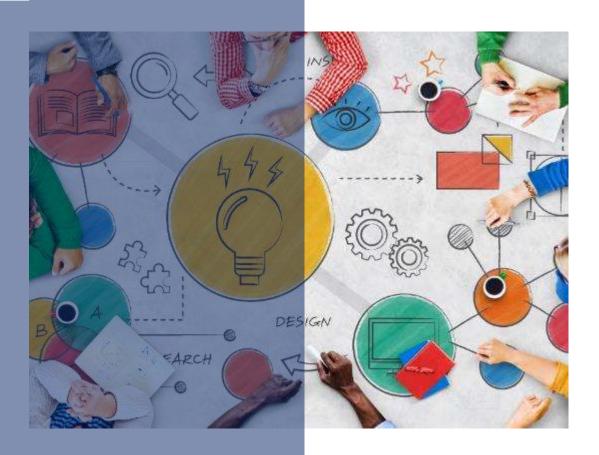
Datos de mercado relacionados a las operaciones de los estándares de sostenibilidad voluntaria a su alcance

Revise las tendencias del mercado específicas para uno de los ocho productos básicos y la silvicultura, o uno de los 14 estándares voluntarios de sostenibilidad. Para obtener más información sobre la metodología y el análisis de datos, descargue el informe here .

Algunos estándares voluntarios



RELOJ EXPORTADOR



5 PROMOCIÓN









Identificación directa de potenciales importadores

01

Directorios de importadores

Ej.: Catálogo de Importaciones

Brasileños, Penta Transaction.

De acceso libre o pagado.

05

Búsqueda clásica por Internet 02

Guías de proveedores

Ej.: www.wlw.com para

distintos países europeos.

06

Listas de socios de gremios sectoriales

Usualmente libre para socios, parcialmente libre para los no socios

03

Lista de gremios de importación del ITC

Ej.: www.intracen.org

Sección Exportadores / Directorios comerciales

07

Directorios industriales

Directorio de directorios en

www.telefonbuch.com

Registro en plataformas B2B

01

B2B = "Business to business"

02

Ventaja de promoción a bajo costos.



03

Posible desventaja de "bombardeo" con ofertas y pedidos masivos.

04

Selección de plataformas adecuadas, Ej.: Kompass, Alibaba Pymeslatinas, Connect Américas.

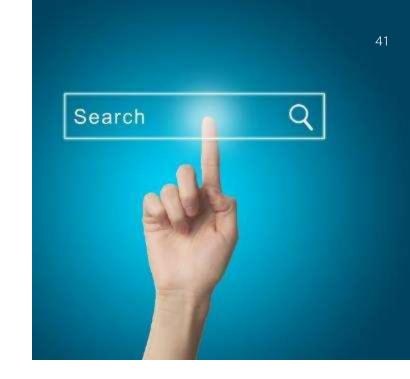
Presencia en Internet

01

Accesible incluso con pequeños presupuestos.

02

Como mínimo, podrá contener datos básicos sobre la empresa, sus productos y un formulario de contacto.



03

Adecuación profesional para los buscadores.

04

Presencias avanzadas con historial de la empresa, catálogos en línea, compras en línea y otras informaciones de interés.

05

Importancia del dominio adecuado (.com o .com.py)

06

Cuidado con animaciones o gráficos pesados.

07

Evitar infringir en derechos intelectuales de terceros.

Anuncios

01

Anuncios (digital o impresos) tienen importantes costos pero altos beneficios si son bien enfocados.

02

Anuncios radiales, televisivos o de cartelera con presupuestos elevados.



03

Sitios adecuados para anuncios:

- Revistas profesionales de buena circulación
- Directorios de empresas (trasversales, sectoriales o exportadoras)
- Directorios y revistas feriales
- Materiales de las Cámaras de Comercio
- Carpetas y banners en eventos comerciales o profesionales

Ferias

01

Alto costo (stand, viáticos, servicios y materiales), pero elevado beneficio.

02

Ventaja del contacto "cara a cara" y atención específica al cliente.



03

Presencia casi obligatoria en ferias para algunos sectores.

04

Importancia de seleccionar ferias focalizadas con buenas referencias.

05

Gran importancia de promotores profesionales, tanto en lo técnico como en lo promocional.

06

Folletos, catálogos y tarjetas personales de buen diseño, y traducido en los idiomas de la feria (¡contratar a profesionales!)

07

REDIEX puede brindar apoyo financiero en ciertos casos.

Ruedas de negocio

01

Ventaja de contactar a muchos socios potenciales "cara a cara".

02

Costo y tiempo es menor que para las ferias.



03

Importancia de ser específico en su demanda y seleccionar ruedas con buenas referencias.

04

En muchos caso, organizados por Cámaras de Comercio o en torno a ferias comerciales.

05

Folletos, catálogos y tarjetas personales son indispensables.

06

Negociadores con buenos conocimientos técnicos, buen manejo del idioma y potestades claramente definidas.

07

Reservar tiempo para reuniones (como cenas) no programadas.

Misiones comerciales

01

Misiones con encuentros de negocio específicos y programados.

03

Negociadores con buenos conocimientos técnicos, buen manejo del idioma y potestades claramente definidas.

05

Alto costo en viáticos.

02

Consecuencia de contactos preliminares con alto interés manifiesto.

04

Posible cierre inmediato de un negocio con envío inmediato.

06

Importancia de planificar los itinerarios con "colchones" de tiempo.



Agentes de comercialización

01

Profesionales con redes comerciales establecidos para un mercado y/o sector.

02

Función de "abrir puertas", particularmente en mercados de menor apertura.



03

Referente ante los compradores y las entes públicas del país de destino.

04

Importancia de solicitar referencias.

05

Contratación con comisión en el caso de éxito.

06

Recomendación de recurrir a ferias, a Cámaras de Comercio o a otros gremios para la identificación de agentes profesionales.

07

Posibilidad de establecer contratos fiduciarios (según legislación local).

RELOJ EXPORTADOR



6

COMUNICACIÓN









El "cinco por cinco" de la comunicación exportadora.



Atención telefónica



Atención por Email



Atención personal



Atención interactiva (chat)



Videoconferencia



Considerar los horarios laborales en los mercados de destino.

03

Permanencia de los números telefónicos en el tiempo.

05

Utilizar la tecla "mute" para mientras que se llama a un colega al teléfono.

02

Contacto directo con una persona preparada para la atención al comprador internacional.

04

Se espera un trato gentil, aplicando el saludo, el "usted" y el "señor/a (apellido)". Quiera o no, los gestos y actitudes se transmiten.



Es aconsejable contar con un email corporativo, en vez de público.

03

Campo de firma con logotipo de la empresa y datos de contacto.

05

Evitar elementos coloridos y los emoticones.

02

Para mantener los contactos en el tiempo, convienen direcciones institucionales (como info@paraguayexport.com en vez de personales (como jperez@paraguayexport.com). Si se usan los personales hay que captar las direcciones caducadas (función "catch all").

04

Evitar copiar la comunicación interna de la empresa en respuestas a externos.



Aunque sea un espacio reducido, se requiere de un lugar apartado, limpio y ordenado para las reuniones.

03

Servicio de agua y/o café por un/a asistente.

05

Rasgos comunes de gentileza: Apretón de manos, trato de "usted" y "señor/a (apellido)", mirada a los ojos, escuchar con atención y evitar las presiones excesivas.

02

Evitar las esperas de la contraparte.

04

Atención a la apariencia personal (cuerpo, rostro, vestimenta), pero sin sobrepasar lo usual para el sector correspondiente.



Ventaja de conversaciones económicas y de mayor facilidad entre parlantes no nativos del mismo idioma.

02

Mayor informalidad, se aprecia la articulación directa y concisa.

03

Es recomendable conectarse con anticipación y asegurar la continuidad de la señal.

04

Importancia de poder responder consultas puntuales de inmediato, sea por chat o por archivos enviados.

05

Evitar los códigos crípticos.



Importancia de contar con equipos fiables y un acceso a la red de alta capacidad y continuidad.

02

Conexión anticipada para poder resolver eventualidades técnicas

03

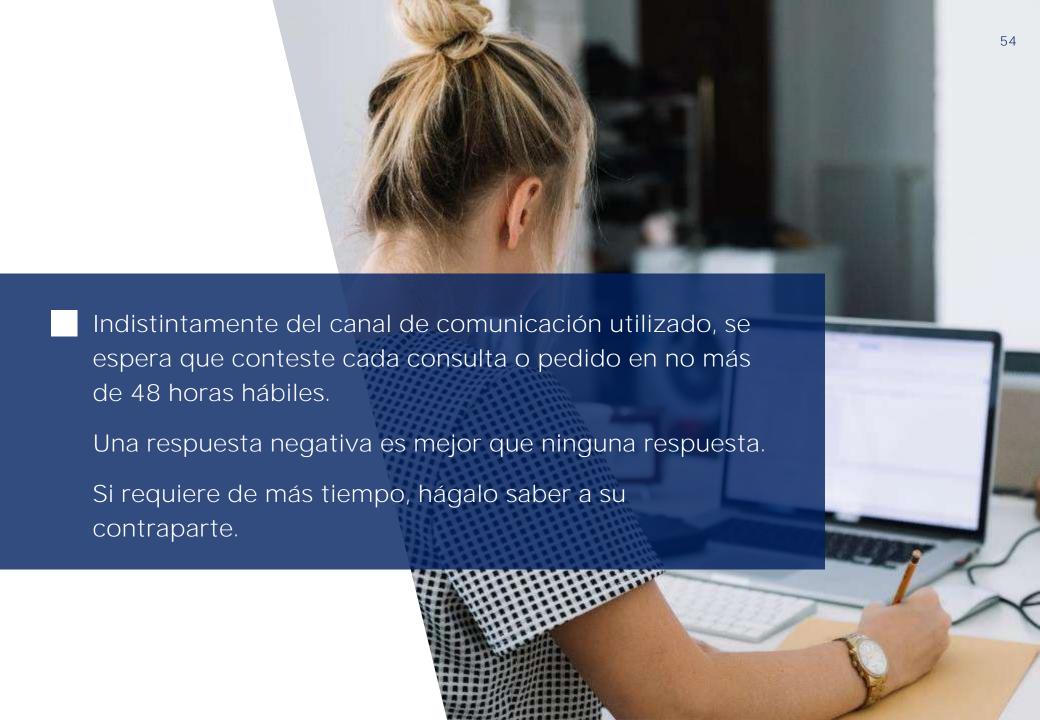
El espacio transmitido debe ser ordenado, limpio y sin interrupciones.

04

Los participantes deberán cuidar los mismos rasgos que para el encuentro personal.

05

Para más de un participante, es ventajoso enfocar a todos los participantes en vez de "turnarse" frente a la videocámara.



RELOJ EXPORTADOR



7 NEGOCIACIÓN









Líneas de la negociación

01

Presentación del producto.

05

Costos.

02

Presentación del distintivo del producto (artesanía, hecho a mano).

06

Modalidad de envío.

03

Capacidad de envío (se esperarán envíos mínimos).

07

Envío o entrega de muestras.

04

Mercados de referencia.

80

Plazo de oferta (ej. 15, 30 o 60 días).

Culturas de negociación

"Las distintas culturas del mundo cuentan con distintos paradigmas de negociación. Conocerlos evita malentendidos"



Culturas latinas y africanas

01

Culturas de alto contexto social.

04

Comunicación indirecta: Hay que ser firme, pero evitar ser de cortante.

02

Inversión en generar vínculos de confianza.

05

Siempre se debe tener presente un margen de negociación.

03

Acceso a mercados, oficinas públicas, eventos e informaciones mediante redes de contacto.

06

Mezcla entre la vida profesional y privada.

Culturas europeas y norteamericanas

01

Culturas competitivas y basadas en el rendimiento.

04

Comunicación directa: Sea conciso pero respetuoso, y trate de comunicar su propósito en el menor tiempo posible.

02

Inversión en generar confianza mediante buenas referencias y una presentación profesional de los productos.

05

Importancia de ser conciso con los números. El margen de reducción es bajo, y se respeta la firmeza.

03

La puntualidad es imperativa.

Culturas orientales

01

Culturas ancestrales y jerárquicas.

05

Con frecuencia, hay
que "golpear varias
puertas" hasta acceder
a una persona con
poder de decisión.

02

Alto valor de los gestos: Reverencias ligeras, pasar tarjetas con ambas manos, postura firme.

06

Se aprecia la fidelidad, y los contactos se buscan a un largo plazo.

03

La puntualidad es más que imperativa. Se espera una leve anticipación.

07

Se negocia con un tono bajo y controlado, pero con una actitud firme.

04

Importancia de la presencia exterior de la persona, de los productos y de los materiales.

Culturas de Medio Oriente

01

Culturas comerciales desde épocas ancestrales.

04

Comunicación indirecta, y uso habitual del faroleo (lo cual no debe ser motivo de ofensa).

02

Culturas ricas en contexto con vínculos sociales y familiares largamente crecidas.

05

Se aprecia la fidelidad, los contactos son realizados a un largo plazo.

03

Importancia de entrar con mucho tiempo y márgenes de negociación.

06

Culturas hospitalarias, pero con la expectativa de réplicas y/o presentes de valores no solamente simbólicos.

Criterios de negociación globales

01

Iniciar con trato de "usted".

06

Llevar presentes o muestras.

11

Agradecer la invitación al anfitrión.

16

Aceptar invitaciones a comidas.

02

Traje con corbata o vestido.

07

Puntualidad.

12

Voz y gestos controlados.

17

Pague su cuenta, si no invitan.

03

Consensuar idioma de negociación.

80

Apretón de mano basta al saludar.

13

Prometer lo que puede cumplir.

18

Interés en el país, sin criticar. 04

Disponer de información precisa.

09

Dar primera palabra al otro.

14

Caballeroso en el bufé y en la puerta.

19

Interés gentil por la familia.

05

Contar con tarjetas y folletos.

10

No interrumpir al otro.

15

Evitar el flirteo.

20

Invite a la contraparte para aquí.

RELOJ EXPORTADOR





8

CONTRATACIÓN Y PAGO









Contrato de compraventa

- Recurrir a contratos pre-formulados
- Especificar, como mínimo:
 - o El Producto con su partida
 - Cualidades técnicas
 - Cantidades
 - o Tipo de envasado y embalado
 - o Plazos de entrega
 - INCOTERMS
 - o Valores y formas de pago
 - Mecanismos de solución de controversias



INCOTERMS

- Propósito: Facilitar el contrato comercial por condiciones estandarizadas.
- Distribución de costos y de riesgos.



INCOTERMS

- Categorías de los INCOTERMS 2020
 - Grupo E: EXW (venta directa en el local del vendedor)
 - Grupo F: FCA, FAS, FOB (el vendedor realiza la entrega a un medio de transporte convenido)
 - o Grupo C: CFR, CIF, CPT, CIP (el vendedor se encarga del transporte principal pero sin el despacho y el transporte final)
 - o Grupo D: DAT, DPU, DDP (el vendedor se encarga del transporte y del despacho en el destino).
- Nómina: ejemplo FCA Montevideo; CIF Rotterdam, FOB Asunción



INCOTERMS

								2005				
COSTOS	EXW	FCA	CPT	CIP	DAP	DPU	DDP		FAS	FOB	CFR	CIF
- Embalaje y verificación	V	V	V	V	V	V	V		V	V	V	V
- Carga transporte interior	С	V/C	V	V	V	V	V		V	V	V	V
- Transporte interior origen	С	С	V	V	V	V	V		V	V	V	V
- Trámites de exportación	С	V	V	V	V	V	V		V	V	V	V
- THC en terminal origen	С	С	V	V	V	V	V		С	V	V	V
- Flete marîtimo	С	С	V	V	V	V	V		С	С	V	V
- Seguro de transporte	(C)	(C)	(C)	V	(V)	(V)	(V)		(C)	(C)	(C)	V
- THC en terminal destino	С	С	С	С	V	V	V		С	С	С	С
- Trámites de importación	С	С	С	С	С	С	V		С	С	С	С
- Transporte interior destino	С	С	V/C	V/C	V	V	V		С	С	С	С
- Descarga lugar de destino	С	С	С	С	С	V	С		С	С	С	С

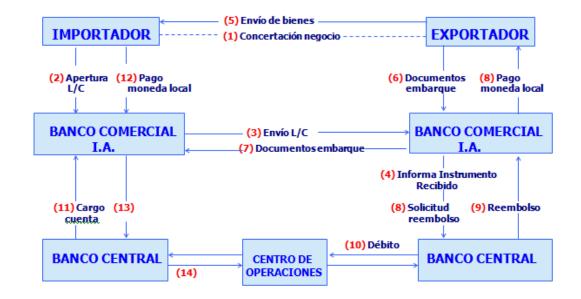
⁽⁾ Contrato de seguro de transporte opcional

INCOTERMS 2020 - DISTRIBUCIÓN DE COSTOS Y RIESGOS



Formas de pago en el comercio exterior

- Pago mediante las herramientas financieras (opciones, futuros).
- Pago directo entre comprador y vendedor:
 - Carta bancaria (revocable o irrevocable)
 - Transferencia bancaria (solo en caso de confianza establecida)



Contratos preformulados

- Cámara Internacional de Comercio (ICC) con pago, para casos específicos www.iccwbo.org
- Centro Internacional de Comercio (ITC) (gratuito):
 - Alianza Contractual Internacional
 - Empresa Mixta Internacional Constituida en Sociedad de Venta
 Comercial Internacional de Productos (abreviado y estándar)
 - o Suministro Internacional de Productos a largo Plazo
 - Acuerdo Internacional de Fabricación
 - o Distribución Internacional de Productos
 - Agencia Comercial Internacional
 - Prestación Internacional de Servicios disponible en:
 www.intracen.org / Exportadores / Exportar mejor / Modelos de contratos





RELOJ EXPORTADOR



9

ENVASADO Y EMBALADO









Criterios para un envase adecuado

El envase debe representar la calidad del producto y mantener su buen estado durante el transporte y almacenamiento.

Selección de envases aptos para su manejo masivo.

El diseño de un envase dependerá de las preferencias culturales del país de destino.

La rotulación debe respetar el idioma, la metrología (gramos, onzas, etc.) y la legislación del país de destino.

Importancia del lote (para la UE, inicial con "L") y de la fecha de vencimiento (alfanumeral, del tipo "12-JUL-2019" en vez de "12-07-19"

Rotulación referencial (INAN)

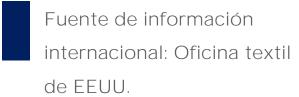


Etiquetado para productos textiles

Etiqueta fija: País de origen, material, talle, instrucciones de cuidado.

Etiqueta anexa: Nombre comercial, descripción, "historia del producto".

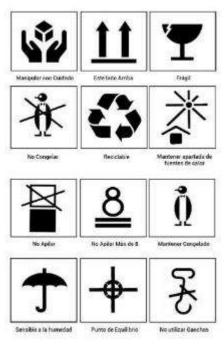
Observar la medida del país de destino (sistema numérico o SMXL).



Selección del embalaje

- El embalaje permite el manejo masivo de los productos envasados.
- Deben ser oportunos para su acomodación en paletas y resistentes ante el manejo mecánico y la humedad del aire.
- Deben contener
 información básica sobre
 el producto, su marca
 comercial, la cantidad de
 unidades contenidas y las
 indicaciones de
 manipuleo.





Paletas

Medidas estándares, aptos para manipuleo.

Son usadas para el envío masivo.

Paletas de madera
pueden requerir
certificado de fumigación,
conseguido por el
despachante.

Ejemplo:

100 manteles, en bolsos unitarios de 40 x 40 x 8 cm se acomodan en dos paletas con 12 y 13 bolsos apilados.



Consulta de dimensiones estándares



La adecuación del embalaje a los estándares de paletas y contenedores

ahorra costos.

	INSIDE LENGTH	5.8950 m
	INSIDE WIDTH	2.350 m
	INSIDE HEIGHT	2.392 m

	INSIDE LENGTH	12.024 m
	INSIDE WIDTH	2.350 m
11.	INSIDE HEIGHT	2.697 m

	INSIDE LENGTH	12.029 m
	INSIDE WIDTH	2.342 m
-	INSIDE HEIGHT	2.326 m

40" STAND	ARD	
	INSIDE LENGTH	12.029 m
	INSIDE WIDTH	2.350 m
	INSIDE HEIGHT	2.392 m

INSIDE LENGTH	5.8880 m
INSIDE WIDTH	2.345 m
INSIDE HEIGHT	2.315 m

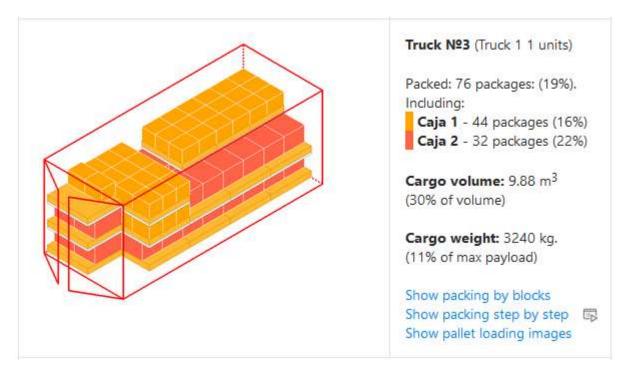
76	INSIDE LENGTH	5.698 m
	INSIDE WIDTH	2.230 m
The same of	INSIDE HEIGHT	2.2550 m

Planificación de la capacidad logística requerida



Herramientas digitales pueden proyectar la demanda logística por envío.

Importancia de considerar el volumen, el peso y los máximos encimados.



www.searates.com

Herramienta de cálculo de carga con suscripción pagada. Un cálculo para hasta 2 tipos de cajas puede ser realizado bajo la versión demo gratuita (eliminar la tercera línea de cajas para poder editar las dos primeras). RELOJ EXPORTADOR



10

ENVÍO Y TRANSPORTE









Manejo de la logística

Participación importante en el costo de envío.

Envíos menores

pueden ser remitidos

por correo o por

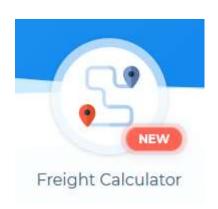
Courier.

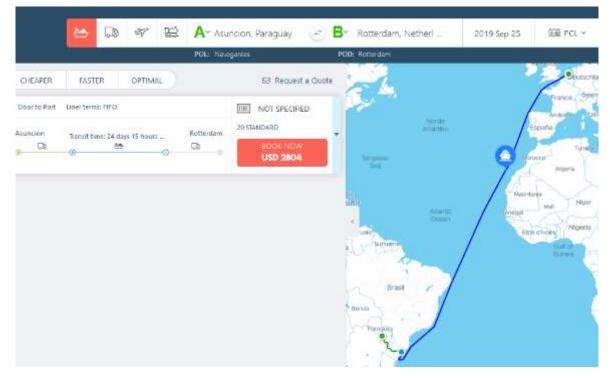
Contratación de empresas con buenas referencias (ASAMAR).

Definición de las modalidades (fluvial, terrestre, aéreo). Solicitud anticipada de cotizaciones.

Determinación de la distancia entre origen y destino

Cálculo automatizado de vías marítimas y duración estimada.





Seguridad del envío

- Problemática del transporte involuntario de bienes prohibidos.
- Aumenta la seguridad y credibilidad del exportador y del transportista.
- Compromete al exportador y al transportista.
 - Representantes y
 auditores paraguayos
 disponibles en la
 Web.
- Estándares
 acreditados de
 revisión segura por
 auditores acreditados.



RELOJ EXPORTADOR



11

CUMPLIMIENTO Y SOLUCIÓN











Cumplimiento del pedido

01

En el comercio internacional, muchas empresas calculan con una llegada puntual ("just in time").

03

En caso de demoras por fuerza mayor (clima, paros, averías etc.), notificar al destinatario y coordinar solución con el operador logístico (si corresponde el INCOTERM).

02

Recomendación de consultar los plazos prudenciales con el operador logístico.

04

Importancia de respetar cabalmente los criterios técnicos y de calidad consensuadas y asegurar su mantención durante el transporte.



Posibles controversias

Entrega demorada

Calidad inferior

Roturas

Problema de despacho

Producto equivocado

Falta de pago



Solución de controversias



El contrato de compraventa debería contemplar los mecanismos de solución en casos de desacuerdos.

Podrá mencionarse un país bajo cuya legislación se resuelve.

Mejor es, consensuar en el contrato que las partes recurran a la Corte Internacional de Arbitraje de la Cámara Internacional de Comercio. Con costos accesibles, los árbitros podrán emitir laudos vinculantes para ambas partes.

RELOJ EXPORTADOR



12 EVALUACIÓN FINAL





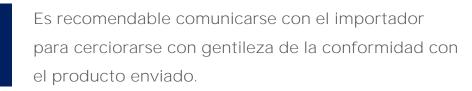


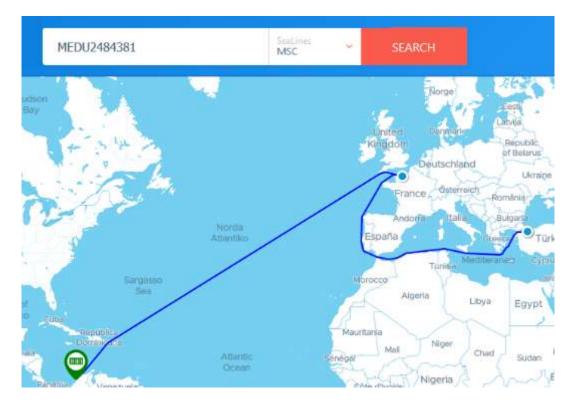


Seguimiento

Mediante el seguimiento de un cargamento, el exportador podrá identificar el momento de entrega del envío al destinatario.

Agradecimiento y disponibilidad para contactos futuros.





Evaluación

La exportación es un proceso de aprendizaje. Una buena evaluación permite sacar provecho de las experiencias tenidas.

Posibles preguntas de evaluación:

- ¿Pude cumplir con el pedido a cabalidad?
- ¿Han surgido imprevistos y/o demoras inesperadas?
- ¿Estoy satisfecho con mis prestadores de servicio?
- ¿Hubo sugerencias o reclamos por parte del comprador?
- ¿La empresa ha sacado renta de la exportación?
- La exportación, ¿es más rentable que la venta local?
- El cliente, ¿es fiable?
- ¿Existe el potencial para incrementar mis ventas a este contacto?

Permanecer en el mercado

La apertura de nuevos mercados, es desafiante.



Muchas Gracias

Mcal. López 3333 esq. Dr. Weiss

Asunción - Paraguay / CP. 1892

info@rediex.gov.py • www.rediex.gov.py

(+595) 021 616 3028



Rediex Paraguay