

La primera impresión es lo que cuenta

Graciela Cañete

Es el primer paso para exportar, y es mucho lo que está en juego.

Porque más allá de las palabras, los folletos o los catálogos, un negocio se define cuando el comprador del exterior evalúa una muestra del producto. Y para enviarla, son diversos los aspectos por tener en cuenta.

"El primer paso para llegar a los mercados del exterior parece el más difícil, pero no imposible. Para enviar muestras, la empresa debe analizar lo que resulta más conveniente de acuerdo con la experiencia que tenga en comercio exterior, su estructura operativa y el volumen de la muestra, entre otros puntos, y en las oficinas de la Aduana de todo el país se brinda asesoramiento", explicó Ricardo Echegaray, director general de Aduanas.

Entre las principales opciones se encuentran el envío por courier ; el régimen de muestras; lo que se lleva como equipaje en viajes de negocios; el material promocional a los países del Mercosur, y la exportación temporal.

"El comercio exterior está creciendo, en 2007 superó los US\$ 100.000 millones, y los productos argentinos continúan ganando nuevos y más mercados. El empresario debe visualizar a la exportación como una alternativa más para la comercialización de sus productos", señaló Echegaray durante un diálogo con LA NACION.

Nuevos exportadores

En estos años aumentó el número de pymes que exportan, y en ese sentido Sergio Del Casale, gerente de DHL, recordó: "Luego de la devaluación, muchas empresas se encontraron con un mercado interno reducido, y a la vez con un tipo de cambio favorable que las llevó a pensar en colocar sus productos en el exterior. Pero no habían exportado nunca ni sabían cómo hacerla. En DHL se multiplicaron los pedidos de información de pequeños y medianos empresarios que buscaban mercados y querían enviar muestras a varios países".

En caso de realizar un envío vía courier , señaló Del Casale, "el servicio es puerta a puerta: desde el retiro de la muestra en el depósito de la empresa hasta la entrega en el domicilio del destinatario, lo cual incluye traslados y trámites en la aduana nacional y del exterior".

Para las muestras hay que confeccionar una factura proforma (sin valor comercial, a los fines aduaneros), y si la empresa realiza el envío por courier no necesita estar inscripta como exportadora.

Datos

Para que las mercaderías salgan del país, sea cual fuere el sistema de envío que se elija, puede ser necesaria la intervención de organismos como el Instituto Nacional de Alimentos (INAL), el Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (Senasa) y la Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (Anmat), entre otros, según el producto.

Pero también hay que conocer las regulaciones que permiten el ingreso en el país de destino.

"Se asesora a las empresas sobre documentación, embalaje, todas las etapas del proceso. Para el envío de muestras, por ejemplo, de productos gourmet, hay que pensar que el potencial comprador que las recibe, primero observa si el embalaje fue el adecuado para resistir el viaje, si el packaging le resulta atractivo, y recién después prueba el producto", indicó Del Casale a LA NACION.

En el caso de participación en ferias internacionales, las empresas además deben ajustarse a los requisitos establecidos por los organizadores del evento.

Por esa razón, Carmelo González Aeschlimann, gerente de Servicios Especiales de TNT, explicó: "Es importante comenzar a trabajar con anticipación para llegar a tiempo con la documentación y entrega en el predio ferial. Se debe recordar que no sólo cada país tiene sus normas, que se deben cumplir porque de otro modo un producto puede quedar retenido en la aduana, también las ferias tienen sus reglas para el ingreso de muestras y de material promocional".

Por su parte, Sergio Digangi, gerente de Marketing de TNT, señaló que "en el caso de ferias y eventos internacionales, para TNT es un servicio diferencial, que abarca desde el retiro de las muestras en el depósito del cliente hasta la entrega en el stand de la feria".

Si los envíos se realizan bajo el régimen de muestras, establecido en el Código Aduanero, se necesita la intervención de un despachante de aduana.

"El despachante confecciona el permiso de embarque, y se pueden enviar muestras hasta 20.000 dólares sin pagar derechos de exportación. La empresa debe estar inscripta como exportadora y aportar una factura pro forma", explicó a LA NACION Antonio Cairo, miembro de la Comisión Directiva del Centro Despachantes de Aduana (CDA).

Por último, la exportación temporal se utiliza para el caso de bienes, por ejemplo una máquina que se envía a una exhibición, que luego regresan al país, y las normas indican los plazos para el retorno.

Disponível em: <<http://www.lanacion.com.ar>> Acesso em: 7/3/2008.