



DHL PYMES | ABRE TU CUENTA

GUÍA PRACTICA

¿QUIERES LLEVAR TU PYME AL
MERCADO INTERNACIONAL, PERO
NO SABES POR DÓNDE EMPEZAR?



ÍNDICE



INTRODUCCIÓN 03

¿POR QUÉ EXPANDIR TU PYME INTERNACIONALMENTE HOY?



DIAGNÓSTICO INICIAL 07

¿ESTÁS LISTO PARA EXPORTAR?



ESTRATEGIAS 09

ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN PARA PYMES



ASPECTOS CLAVE DE EXPORTACIÓN 13

LO QUE TODA PYME DEBE SABER ANTES DE EXPORTAR



PASO A PASO 16

EMPEZAR A EXPORTAR CON DHL

Esta guía para pymes sobre cómo exportar te brindará un paso a paso claro, herramientas clave y recomendaciones concretas para planificar tu proceso de exportación con éxito.

INTRODUCCIÓN

Hoy más que nunca las pequeñas y medianas empresas (pymes) tienen al alcance herramientas, plataformas y proveedores logísticos para exportar con éxito y llevar sus productos al mundo. Estas oportunidades de exportación en LATAM les permiten abrirse a nuevos mercados o profesionalizar sus etapas comerciales. Existen varias razones para expandir tu pyme:

- Capacidad productiva y afán directivo
- Competencia tecnológica para vender en el extranjero
- Diferencial competitivo y valor de marca
- Diversificación de ingresos y economías de escala
- Reducción del impacto de crisis económicas locales
- Mejora de la trazabilidad para envíos internacionales
- Acceso a programas de apoyo a la exportación



TENDENCIAS GLOBALES QUE BENEFICIAN A PEQUEÑOS EXPORTADORES

Las pymes ya no se encuentran tan alejadas del terreno que favorecía sólo a las grandes corporaciones. En muchos países, las pymes representan más del 40% de las exportaciones locales. Si eres una pyme, conoce cuáles son las tendencias globales que favorecen a los pequeños exportadores: herramientas, acuerdos y canales digitales que les permiten vender sus productos y servicios fuera de sus fronteras con inversiones mucho más accesibles.

- **Digitalización y auge del comercio electrónico B2B:** la transformación digital ofrece oportunidades de crecimiento y mejora la transparencia del comercio.
- **Preferencia por productos auténticos:** el consumidor internacional busca historias reales, producción artesanal y origen claro, y está dispuesto a pagar más por estas piezas únicas.
- **Reactivación pospandemia y nearshoring:** empresas de Estados Unidos y Europa buscan proveedores más cercanos y confiables para reducir riesgos logísticos.
- **Sustentabilidad como requisito y ventaja competitiva:** los productos que cumplen con estándares ambientales y sociales tienen más oportunidades de exportación en LATAM.
- **Acuerdos comerciales y programas de integración económica:** tratados como UE-Mercosur, T-MEC o Alianza del Pacífico reducen aranceles y facilitan el acceso a nuevos clientes.





SECTORES EN AUGE PARA LA EXPORTACIÓN DE PYMES

Las tendencias globales y la dinámica del mercado pueden favorecer que algunas pymes se encuentren en mejores condiciones para construir una [estrategia para vender al mundo](#). Algunos ejemplos de los sectores con potencial exportador:

- **Agroalimentos con valor agregado:** cafés especiales, chocolates premium, snacks saludables, mermeladas artesanales, aceite de oliva, infusiones.
- **Empresas familiares exportadoras de frutas, hortalizas o granos:** mango, palta, arándano, café, quinoa.
- **Moda sostenible y artesanías de diseño:** ropa de fibras naturales, bolsos y accesorios artesanales, joyería con materiales reciclados, calzado hecho a mano.
- **Pymes textiles o de confección:** producen para marcas locales y están listas para internacionalizarse.
- **Cosmética natural y productos de bienestar:** cremas naturales, jabones artesanales, aceites esenciales, productos veganos para el cuidado personal.
- **Micro y pequeñas manufactureras:** fabricantes de autopartes, dispositivos eléctricos y electrónicos que aprovechan convenios de libre comercio.
- **Embalajes sustentables o soluciones industriales innovadoras:** empresas que abastecen a cadenas de valor globales.
- **Energías limpias y soluciones verdes:** componentes para energía solar, insumos para eficiencia energética, reciclaje y economía circular.
- **Startups digitales y proveedores de servicios de TI o fintech:** soluciones tecnología como SaaS, plataformas o servicios digitales para mercados regionales o globales.

REACTIVACIÓN POSPANDEMIA Y CARACTERÍSTICAS COMUNES DE ESTAS PYMES

Si bien el contexto macroeconómico de Latinoamérica es bastante complejo, la heterogeneidad entre países brinda oportunidades estratégicas ligadas a la integración regional, la atracción de cadenas de valor y la transición hacia modelos sostenibles. Por ejemplo, el nearshoring es un proceso que impulsa a México en su cercanía con Estados Unidos. Otro ejemplo es Chile, pionero en la protección de datos, que destaca en la economía digital regional.

Según el Índice de políticas para pymes 2024 (OCDE)¹, “las pymes han demostrado su papel fundamental en el panorama social y económico de la región. **Constituyen el 99,5% de las empresas**, y casi nueve de cada diez empresas pertenecen a la categoría de microempresas. Además, las pymes **contribuyen con aproximadamente el 60% del empleo productivo formal**” (p. 21). En el contexto de reactivación pospandemia, deslocalización e inversión en talento digital, las pymes con mentalidad exportadora son las primeras en identificar nichos de mercado, diversificar productos y adoptar modelos digitales para llegar a más consumidores y nuevos clientes.

Las pymes exportadoras se destacan por proyectarse con herramientas tecnológicas, certificaciones para sus productos, capacidad de producción a escala, acceso o búsqueda de financiamiento y selección de un socio logístico que las陪伴 en el proceso de internacionalización.



¹OECD/CAF/SELA (2024), *Índice de Políticas para PyMEs: América Latina y el Caribe 2024: Hacia una recuperación inclusiva, resiliente y sostenible*, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/807e9eaf-es>

DIAGNÓSTICO INICIAL: ¿ESTÁS LISTO PARA EXPORTAR?

Antes de dar el primer paso, tendrás que evaluar la capacidad real de tu empresa para ingresar en nuevos mercados, más aún cuando se trata de salir de tu zona de confort. Las oportunidades estarán acompañadas de retos logísticos. Por eso, es necesario comenzar con un diagnóstico de situación que te permita conocer la capacidad productiva, el mercado destino y la salud financiera de tu empresa.

Al recopilar información y revisar este checklist, sabrás si tu pyme se encuentra bien posicionada para exportar o necesita reforzar algunas áreas. En caso de que las casillas marcadas sean la mitad o menos, seguro tendrás que trabajar un poco más antes de dar el gran salto.

CHECKLIST: ¿ESTÁ TU PYME PREPARADA PARA EXPORTAR?

EVALUACIÓN INTERNA

- Mi producto o servicio tiene potencial internacional (diferenciado, de calidad, demandado en otros mercados).
- Dispongo de capacidad de producción sin dejar de abastecer a clientes locales.
- Dispongo de recursos financieros para cubrir los costos iniciales (producción, transporte, certificaciones, promoción).

ADAPTACIÓN DEL PRODUCTO

- Mi producto cumple con normas y regulaciones internacionales.
- Considero realizar adaptaciones de empaque, idioma y presentación para el mercado extranjero.
- Conozco el código arancelario y los requisitos para exportar mi producto.

CHECKLIST: ¿ESTÁ TU PYME PREPARADA PARA EXPORTAR?

CONOCIMIENTO DEL MERCADO

- Identifico los países con mayor consumo o importación del producto, la competencia y los precios en el país destino.
- Conozco los canales de distribución y posibles socios comerciales en el mercado destino.
- Reconozco los riesgos cambiarios y logísticos asociados a la exportación.

HERRAMIENTAS Y SOLUCIONES TECNOLÓGICAS

- Cuento con herramientas tecnológicas y habilidades digitales.
- Cultivo las condiciones propicias para la innovación en mi empresa.
- Tengo capacidad para recopilar información.

LOGÍSTICA Y OPERACIONES

- Cuento con un plan logístico: embalaje, transporte internacional, seguro y almacenaje.
- Conozco o entiendo sobre documentación aduanera (factura comercial, lista de empaque, certificados, Incoterms) y TLC que favorecen la exportación.
- Dispongo de alianzas o proveedores logísticos confiables.

ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN PARA PYMES

Al abrir mercados internacionales y dar el paso hacia la exportación, las pymes pueden aumentar sus ventas, diversificar sus fuentes de ingreso y posicionar sus productos frente a nuevos consumidores y clientes. De acuerdo con el mismo informe que evalúa tendencias y políticas regionales para pymes, “la internacionalización fomenta la eficiencia en la gestión de recursos, como la mano de obra, el capital y la tecnología, ya que las pymes se adaptan para ser más competitivas y mejorar los procesos de producción” (p. 107). Operar con los requisitos de otros países impulsa a mejorar la gestión de recursos y fortalecer la propuesta de valor. Sin embargo, saber cómo elegir el nuevo mercado es el quid de la cuestión.

CONCEPTOS CLAVE PARA EVALUAR MERCADOS DE EXPORTACIÓN

En el análisis estratégico para la internacionalización, los pequeños exportadores deben evaluar la idoneidad de los países candidatos donde llevar sus productos y los nichos de mercado. Como pyme, deberás analizar cuáles son las ventajas y dificultades para entrar en determinado país y los riesgos comerciales.

Muchas pymes comienzan a potenciar sus negocios en países vecinos o con los que existe un tratado comercial para simplificar trámites y logística. Además de investigar tamaño, crecimiento y tendencias de consumo del país objetivo, existe el concepto de distancia nacional como factor relevante en la elección. Se trata de elementos geográficos, económicos, políticos y culturales que influyen en las estrategias de internacionalización y hacen más sencillo o difícil el ingreso en el país.

Para las pymes exportadoras, es esencial reducir esa distancia y seleccionar mercados más accesibles. Por ejemplo, exportar a países vecinos implica menos complejidad logística que cruzar océanos; o un producto premium tendrá más aceptación en mercados de lujo. A continuación, te brindamos una plantilla con datos esenciales para evaluar y elegir a qué mercado exportar:

PLANTILLA DE EVALUACIÓN DE MERCADOS DE EXPORTACIÓN

1. INFORMACIÓN BÁSICA DEL PAÍS

Nombre del país: _____

Idioma oficial: _____

Moneda y tipo de cambio: _____

Población y tamaño del mercado: _____

2. ANÁLISIS DE DEMANDA DEL PRODUCTO

¿Existe demanda del producto en el país destino? Sí No

Tamaño estimado del mercado: _____

Principales competidores locales: _____

Nichos de oportunidad detectados: _____

3. REQUISITOS LEGALES Y NORMATIVOS

Aranceles aplicables: _____

Tratados de libre comercio vigentes: Sí No (¿Cuál?) _____

Permisos necesarios: _____

Normas sanitarias/técnicas relevantes: _____

4. COSTOS LOGÍSTICOS

Distancia desde país de origen: _____

Rutas disponibles: Marítima Aérea Terrestre

Tiempo estimado de tránsito: _____

Costos logísticos aproximados: _____

5. FACTORES DE DISTANCIA NACIONAL

Idioma distinto: Sí No

Diferencias culturales relevantes: _____

Estabilidad política y económica: _____

Riesgos comerciales (cambios de reglas, inflación, seguridad): _____

SIGUE EN LA SIGUIENTE PÁGINA →

PLANTILLA DE EVALUACIÓN DE MERCADOS DE EXPORTACIÓN

6. RELACIÓN CON LA PYME

¿El mercado es accesible para una empresa pequeña? Sí No

Posibles socios locales (distribuidores, agentes, ferias comerciales): _____

Apoyo institucional (cámaras de comercio, asociaciones): _____

7. EVALUACIÓN FINAL (1 A 5, DONDE 1 = BAJO Y 5 = ALTO)

Potencial de mercado: 1 2 3 4 5

Facilidad de entrada: 1 2 3 4 5

Costos logísticos: 1 2 3 4 5

Riesgo país: 1 2 3 4 5

Compatibilidad con la empresa: 1 2 3 4 5

PUNTAJE TOTAL: _____ / 25

TRATADOS DE LIBRE COMERCIO

Los tratados de libre comercio reducen la distancia administrativa o política entre países. La mayoría de los destinos en LATAM pertenecen al menos a un acuerdo de integración regional. Por eso, resultan una herramienta que las pymes deben conocer antes de elegir un mercado. Algunos de los más relevantes son:

T-MEC: acuerdo que regula el comercio entre México, Estados Unidos y Canadá y facilita las exportaciones mexicanas hacia esos países.

- Clave: ofrece a México un acceso privilegiado a las economías del Norte.
- Reto: cumplir con los requisitos para exportar, normas laborales y ambientales.

UE-Mercosur: acuerdo comercial entre el Mercosur (Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay) y la Unión Europea (entrará en vigor en 2026).

- Clave: las pymes latinoamericanas podrán acceder a un mercado sofisticado.
- Reto: adaptarse a los requisitos de calidad, sostenibilidad y trazabilidad.

Alianza del Pacífico: bloque comercial integrado por Chile, Colombia, México y Perú que fomenta la libre circulación de bienes, servicios, capitales y personas.

- Clave: la integración regional es un espacio para crecer poco a poco antes de dar un salto más importante.
- Reto: competir con empresas de la misma región que pueden tener más experiencia comercial.

Acuerdo Transpacífico: acuerdo comercial entre 11 países del Asia-Pacífico y América (incluye México, Chile y Perú en Latinoamérica, junto con Japón, Canadá, Australia, entre otros).

- Clave: las pymes exportadoras pueden acceder a un mercado de alto poder adquisitivo.
- Reto: adaptar los productos a normativas técnicas debido a la distancia cultural y los estándares más estrictos.

Comunidad Andina: bloque de integración regional conformado por Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú que impulsa el comercio y la cooperación económica entre sus miembros.

- Clave: la mayoría de los bienes circulan sin aranceles entre estos países.
- Reto: impulsar la innovación y la calidad frente a la similitud entre la oferta regional que puede generar mayor competencia.



ASPECTOS CLAVE DE EXPORTACIÓN

Hemos visto que las tendencias globales para América Latina reflejan un panorama marcado por la digitalización e innovación tecnológica, las dinámicas de mercado, los cambios en los hábitos de consumo y el enfoque en la sustentabilidad. Cada mercado o región presentará sus propias reglas y costos logísticos. Por eso, esta guía práctica es un buen comienzo para llevar tu pyme al mercado internacional.



COSTOS DE EXPORTACIÓN

Los costos de exportación no están sujetos solo a la producción. Otros costos indirectos y financieros pueden afectar la rentabilidad. La estructura real incluye:

- Costos directos: materia prima, mano de obra, empaques especiales.
- Costos indirectos: certificaciones, etiquetado, seguros, trámites aduaneros, envío internacional.
- Costos financieros: variaciones cambiarias y comisiones bancarias.



REQUISITOS LEGALES Y LOGÍSTICOS POR REGIÓN

Si bien los tratados comerciales de Latinoamérica ofrecen ventajas a las empresas exportadoras, cada mercado tiene exigencias propias y requisitos legales. Algunas claves que debes conocer:

- Exportación a Estados Unidos y Canadá: comprende normas estrictas en sanidad, seguridad laboral y reglas de origen. Los productos agrícolas y manufacturados deben cumplir certificaciones específicas para estos países. Por ejemplo, en Estados Unidos, los aranceles pueden variar según el código arancelario del producto. Asegúrate de clasificarlo correctamente con ayuda de un asesor.

- Exportación a Europa: se privilegia la sostenibilidad, trazabilidad y calidad certificada. Los requisitos ambientales y de etiquetado son elevados, sobre todo en agroalimentos y cosmética.
- Exportación a Asia-Pacífico: la competencia en precio y calidad es alta y las normas técnicas pueden ser muy variadas. Los consumidores valoran innovación, diseño y confiabilidad.
- Exportación intrarregional latinoamericana: los tratados de integración facilitan el comercio sin aranceles, pero aún hay burocracia en aduanas y cierta competencia por similitud de productos.



ERRORES FRECUENTES Y CÓMO EVITARLOS

Los errores al exportar pueden causar frustración en las pymes, sobre todo en las que dan el primer paso en el comercio internacional. Por eso, es importante anticiparse a estos errores y conocer las soluciones.

- No calcular bien los costos totales: puede provocar que las pymes establezcan precios poco competitivos en sus productos.

Solución: hacer un desglose detallado e incluir todos los gastos ocultos y cuidar el flujo de caja.

- Desconocer documentación, requisitos legales y técnicos: es un factor que deriva en la demora de la carga en aduana.

Solución: verificar regulaciones del país destino y obtener certificaciones con anticipación.

- No adaptar el producto al mercado: los elementos culturales locales como colores, sabores o empaques a veces no atraen en otros mercados.

Solución: realizar pruebas piloto y adaptar el producto o la presentación.

- No optimizar el embalaje: el peso o el volumen se desvirtúan con empaques ineficientes, lo que encarece el envío.

Solución: evaluar las necesidades del producto y la conveniencia ambiental.

- Ignorar la logística postventa: las entregas tardías o sin seguimiento afectan la imagen.

Solución: implementar seguimiento de la carga, comunicación con el cliente y mejora continua.



PASO A PASO PARA EMPEZAR A EXPORTAR CON DHL

Llegando casi al final de esta guía práctica, el núcleo de la exportación necesita de una logística que conecte tus productos con el mundo. DHL Express es tu socio logístico para internacionalizar tu pyme de una forma exitosa. La exportación es un proceso dinámico, de modo que este vínculo también debe ser flexible para garantizar continuidad y confianza. Los [testimonios de nuestros clientes](#) demuestran que exportar con DHL Express es más sencillo, seguro y confiable.

PASO A PASO PARA PROFESIONALIZAR LA RELACIÓN CON TU SOCIO LOGÍSTICO

- 1. Abre una cuenta en DHL Express:** firma contrato con tarifas, Incoterms y seguros claros.
- 2. Crea tus envíos y recolecciones:** a través de la plataforma los envíos son más sencillos de gestionar.
- 3. Prepara la documentación necesaria para tu exportación:** factura comercial, lista de empaque, certificados de origen y permisos necesarios.
- 4. Establece comunicación fluida con tu socio logístico:** responsables definidos, trazabilidad en tiempo real y protocolos ante retrasos.
- 5. Haz un envío piloto:** prueba inicial para ajustar costos, tiempos y trámites y evaluar experiencia.
- 6. Evalúa y optimiza:** mide desempeño, registra incidencias, analiza costos y negocia mejoras continuas.



¿POR QUÉ ENVIAR TUS PAQUETES CON DHL?



Solución para tu exportación: los métodos de envío cubren necesidades diversas, desde envíos ocasionales, envíos múltiples, envíos internacionales.



Recomendaciones de envío y conocimiento aduanero: los envíos se manejan con conocimiento de expertos y máxima profesionalidad.



Recorrido de un paquete: la plataforma de DHL acompaña tu envío hasta el destino final.



Servicio puerta a puerta: las entregas son puntuales y seguras y están garantizadas de principio a fin.



Chat y ayuda: la plataforma también ofrece un chat para consultas, un apartado de preguntas frecuentes y todo lo necesario para operar de forma sencilla y eficiente.



Blog, webinarios: [contenido actualizado](#) sobre emprendedurismo, logística y tendencias.



5 CONSEJOS CLAVE PARA EL ÉXITO DE LAS PYMES EXPORTADORAS

- Comienza con mercados cercanos: adquiere confianza antes de dar un salto a destinos más lejanos.
- Invierte en un socio logístico de alcance global como DHL Express: la confianza es un activo que te conecta con el mundo.
- No subestimes los costos ocultos: embalaje especial, traducciones, certificaciones.
- Organiza tu operación interna: empaques adecuados, producción alineada y personal capacitado.
- Investiga en portales aduaneros de tu país y del mercado destino.

En suma, la capacidad de adaptación y flexibilidad de las pymes les permite consolidarse como agentes de desarrollo e innovación. DHL Express es tu socio logístico ideal para superar los obstáculos, llevar tus productos al mundo y potenciar tu negocio. [Abre tu cuenta](#) y comienza a exportar.



