

El comercio exportador es la actividad más importante y rentable del mundo

Reseña del libro de Alberto Romo-Chávez,
Cómo venderle al mercado más grande del mundo

MARGARITA CAMARENA LUHRS

Con la intención de fomentar el comercio internacional, el libro de Alberto Romo-Chávez, *Cómo venderle al mercado más grande del mundo* (México, ALRO & Co. 2003, pp. 264) está dedicado a la cultura de exportación, particularmente hacia los Estados Unidos.

Para Romo-Chávez, la pregunta ¿dónde empieza y dónde termina el comercio internacional? se responde a partir de un talento que se forja con el éxito de la exportación: a) verdaderamente planeada, para saber cuándo puede competir, b) constante, es decir, desarrollada de forma continua para productos de mercados exteriores; y c) redituable, porque la exportación debe generar ganancias con el objeto de permanecer en los mercados mundiales (p. 37).

Basado en su experiencia de más de 30 años como comprador internacional y como proveedor de grandes empresas internacionales, el autor comparte sus conocimientos para promover un saber que lleva al comercio internacional más allá de las relaciones meramente personales, de las concesiones especiales y de los cotos de poder, convirtiéndolo en una cultura de la exportación que se puede practicar con profesionalismo y ética.

Este libro acompaña de prólogo,

introducción, nota acerca del autor, reflexión final y glosario, a las partes sustantivas que resuelven el qué, el cómo, a quién y hacia dónde exportar. La pregunta ¿por qué exportar?, la crítica a los mitos de la exportación y el examen minucioso de casos y retos del comercio internacional se resuelven amablemente en trece apartados dedicados al diseño de productos, manejo de costos y ganancias, cotizaciones y precios, políticas de venta y canales de comercialización, comercializadoras, logística y a cómo establecerse en los Estados Unidos.

Lo anterior constituye la síntesis de una experiencia personal triunfadora en el mercado internacional, misma que se brinda generosamente al lector como una guía para tener éxito en la exportación. Editado recientemente por ALRO & Co., propone cómo adquirir esa cultura de comercio internacional y cómo reconocer a quienes ya la tienen al instalarse en un mercado exterior como el norteamericano; y recomienda la preparación como experto para poder realizar las posibilidades, oportunidades y ventajas que dan los contactos internacionales.

Entre los aportes de Romo-Chávez destaca su convencimiento del papel que cumplen las empresas

comercializadoras. Es contundente al afirmar que para poder ser líderes en la exportación se necesitan las comercializadoras. A partir de su experiencia, es posible reunir proveedores, supervisar sus fábricas y obtener las cartas de crédito de manera expedita, entre otras ventajas, lo cual resulta muy conveniente cuando se trata de distancias internacionales e interregionales, auténticamente transcontinentales, que la globalización ha trascendido pero no anulado.

Considerado el comercio exterior, más que como un conjunto de reglas, "como una serie de detalles", en este libro, en resumen, se ofrece al lector la secuencia para empezar y terminar la exportación, se señalan las ventajas de exportar hacia los Estados Unidos —que constituyen el mercado natural de México— y se alienta al lector¹ para la adquisición de la práctica, la cultura y la sensibilidad necesarias para exportar. El autor demuestra con el ejemplo de su propio logro —una sala de exhibición de 12,00 productos para la exportación—, que el comercio internacional es la actividad más importante y rentable del mundo.

1. Se puede establecer contacto en el autor mediante la dirección electrónica siguiente: comovenderle@alroexport.com.