

“Es necesario mimar a las PYMES puesto que suponen el 90% del tejido empresarial español”

DHL Express ofrece pequeñas charlas sobre exportación en su stand de la feria IMEX Impulso Exterior 2014 y Nicolás Mouze, Director de Marketing y Ventas de DHL Express Iberia desarrolla la conferencia: “Soluciones para la internacionalización de las PYMES españolas”.

DHL, empresa líder global en logística y transporte, ha participado en la feria IMEX Impulso Exterior, situado en el Hotel Auditorium de Madrid, durante los días 23 y 24 de abril, con un destacado éxito de acogida por parte del público presente.

En esta ocasión, su presencia física mediante un stand en la feria, ha presentado la novedad de desarrollar cinco charlas diarias de 20 minutos en el propio stand, con especialistas de la compañía, sobre temas como los retos logísticos de las empresas españolas en México y Colombia, errores a evitar en el comercio internacional, soluciones para el e-commerce internacional, la herramienta TAS de ayuda al comercio exterior y una introducción a los trámites aduaneros.

Nicolás Mouze, Director de Marketing y Ventas de DHL Express Iberia realizó la conferencia “Soluciones para la internacionalización de las PYMES españolas” en la que hizo hincapié una vez más sobre la importancia de la exportación como uno de los motores de la economía y los motivos que llevan a las PYMES a internacionalizar su actividad, como son la situación del mercado nacional, la necesidad de diversificación, la disminución de costes, las ayudas disponibles, la búsqueda de oportunidades de negocio y el crecimiento de los mercados globalizados.

Según Nicolás Mouze: “Los países hace un par de décadas eran países en desarrollo, hoy crecen y son el futuro. Hay que tener soluciones para cada destino en función de los procesos aduaneros y el tipo de mercancía, etc.”.

Según los datos aportados por DHL la mayoría de las empresas encuentran problemas para exportar debido a las aduanas, idiomas, falta de información sobre los destinos, desconocimiento de la competencia, problemas con los cobros y dificultades de financiación.

“Las empresas deben tener clara su estrategia: a quién quieren dirigirse, cuáles son las restricciones y los trámites aduaneros, cuáles son las costumbres del país, adaptar su web a los nuevos mercados, tener presencia en las redes sociales locales, conocer los medios de pago de cada destino y contar con un socio logístico adecuado”.

Con el fin de facilitar información actualizada sobre trámites, costes, reglamentaciones, documentación etc. DHL ofrece herramientas gratuitas a los exportadores tales como la herramienta TAS <http://tas.dhl.com>, la Guía de Internacionalización, la web especializada para exportadores

www.exportacondhl.es, la plataforma JUMP www.exportatuempresa.com, etc.

Datos de contacto:

Noelia Perlacia

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Marketing](#) [Emprendedores](#) [Logística](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>