

Claves de la internacionalización

Julio Fernández 21/04/2010 Emprendedores.es

Tomada la decisión, en un plan de que contemple importación y exportación no pueden faltar lo siguiente:

Análisis de la empresa. Realiza un análisis dafo. “Las fortalezas y debilidades detectadas, junto con las oportunidades y amenazas que surjan del análisis del mercado-entorno, serán la base para poder realizar el diagnóstico de la empresa y definir los objetivos y estrategias de su plan de internacionalización “, señala el ICEX. ¿Cómo hacerlo?

- **FORTALEZAS:** Capacidades, recursos, posiciones alcanzadas, ventajas competitivas que posee la empresa y que le ayudarán a aprovechar las oportunidades del mercado.
- **DEBILIDADES:** Todos aquellos aspectos que limitan o reducen la capacidad de desarrollo de la empresa. Constituyen dificultades para la organización y deben, por tanto, ser controladas y superadas.
- **AMENAZAS:** Fuerzas y presiones del mercado-entorno que pueden impedir o dificultar el crecimiento de la empresa, la ejecución de una estrategia, reducir su eficacia o incrementar los riesgos en relación con el entorno y sector de actividad.
- **OPORTUNIDADES:** Los aspectos que puedan representar una posibilidad para mejorar la rentabilidad de la empresa, aumentar su cifra de negocio y fortalecer su ventaja competitiva sostenible.

Viabilidad económica y financiera. Fundamental para el proyecto de internacionalización. “Podemos tener recursos y producto/servicios pero si económicamente el proyecto no es viable, habrá que hacer los ajustes necesarios o, agotadas todas las posibilidades, desestimar la idea de internacionalizar, aconseja Carlos Nunes.

Análisis del entorno y del mercados. En esta fase debes recopilar información del mercado o mercados que te interesen, analizarla en profundidad, elaborar una lista de oportunidades y amenazas y de la forma de acceso al mercado. Encontrarás información de valor en el ICEX, las oficinas comerciales de España en el extranjero, Secretaría de Estado de Comercio, Consejo de Cámaras de Comercio, Cámaras de comercio locales y consultoras especializadas.

Plan de internacionalización. Es el business plan adaptado al mercado externo que plasmará todo lo anteriormente. Te servirá de “cuadro de mando”

del proyecto y será presentado a entidades y instituciones que nos pueden apoyar”, añade.

Definición de misión, visión, valores y objetivos. Revisa cada año los objetivos, tanto los estratégicos como los operativos, para corregir o adaptar el plan a la situación del momento.

PARA UN IMPORT-EXPORT, PREGÚNTATE...

- ¿Tengo un producto o servicio competitivo en otros mercados?
- ¿En qué mercados encajarían con mi producto o servicio?
- ¿Cuáles son los riesgos económicos y políticos del mercado elegido?
- ¿Cuál es el perfil del consumidor?
- ¿Debo ir solo o en compañía?
- ¿Cuento con recursos humanos y financieros suficientes para realizar la operación?
- ¿Puede mi empresa responder a un aumento de la producción?
- ¿Creo mi propio departamento de exportación o lo subcontrato?
- ¿Dispongo al menos de una recepcionista que hable inglés?
- ¿Qué canal de ventas elijo?
- ¿Cuál sería el posicionamiento de mi producto o servicio?
- ¿Cuáles son los medios de pagos más comunes?
- ¿Qué medio de transporte elegir?
- ¿Cuáles son las ferias internacionales relacionadas con mi sector?
- ¿Con qué apoyos y ayudas institucionales cuento para iniciar mi internacionalización?