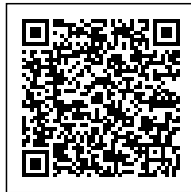


INTERNACIONALIZAR ES EMPRENDER EN INGLÉS

Posted on 21/10/2008 by Naider



Ánimo, quitémosle el miedo a salir al exterior. En realidad casi todas las empresas superaron hace años el examen de acceso a la escuela internacional aún y sin saberlo.

El proceso de salida al exterior es uno de los puntos de inflexión que van a tener que superar una gran cantidad de Pymes, tanto las que operan en sectores tradicionales como aquellas que lo hacen ligadas a la innovación y a la tecnología. Es bien conocido que el sometimiento a la competencia Internacional obliga y lo seguirá haciendo a muchas empresas a pensar en global, por razones muchas veces de mera supervivencia y de crecimiento en el mejor de los casos

Ahora bien, Internacionalizarse no es sencillo, parte de estas empresas encuentra grandes dificultades en recorrer este camino, bien porque carecen de medios económicos o bien de las capacidades humanas que les permitan acometer esta iniciativa. En cualquier caso existe cierta carencia de la autoconfianza de la empresa a trabajar en mercados que no conocen bajo una situación de amplia incertidumbre. Es normal.

Lejos de definir la Internacionalización como un fenómeno novedoso, lejano y desconocido para la Pequeña y Mediana empresa, merece la pena transmitir una dosis de optimismo reflejando un paralelismo entre la Internacionalización y la creación de una empresa, camino que sin duda todas las empresas a las que nos referimos han sabido concluir con éxito.

Algunos de los aspectos comunes a ambos procesos son:

1. ¿Qué produzco y a quién se lo vendo? La empresa debe satisfacer una necesidad manifiesta o latente de su mercado potencial a un precio y calidad determinado a través de la producción de un producto o servicio. Cuando emprendemos debemos saber diseñar una cartera de negocio adecuada al público al que nos dirigimos. Cuando salimos fuera también.
2. ¿En qué me diferencio de mi competencia? La empresa debe contar con una ventaja competitiva (o elemento diferenciador de valor que se le aproxime). Esta diferenciación puede encontrarse en cualquier punto del flujo de producción y comercialización y basarse en una tecnología, o en su Política de Marketing. Su posición competitiva en un mercado exterior no será la misma que en su mercado doméstico, pero esa ubicación entre el mapa de competidores es un ejercicio que ha venido haciendo desde el momento de su nacimiento. En ámbitos internacionales sucede lo mismo.
3. ¿Cómo financio mi actividad? Para realizar las inversiones contempladas en el plan de viabilidad casi todas las Pequeñas y Medianas empresas han contado con una estructura de financiación adecuada para invertir en tecnología, en infraestructura en mano de obra y comercialización. Efectivamente cada empresa deberá encontrar asiduamente un punto óptimo de inversión para la producción y promoción de sus productos y servicios. Por supuesto la actividad internacional también debe estar sustentada en un esquema de financiación a la medida.
4. ¿Con qué equipo humano cuento? Para la mayoría de las empresas resulta indispensable contar con un equipo técnico altamente cualificado que domine el proceso de producción así como el acceso al mercado. A mayor especialización tecnológica mayor deberá ser la cualificación de las personas que componen los equipos de trabajo. En internacionalización, contamos con una clave más a tener en cuenta, y es el grado de conocimiento de canales y redes internacionales con que deben contar los profesionales que posibilitan el acceso al exterior.

5. ¿Tengo una estrategia adecuada? La empresa debe contar con una estrategia bien definida que permita aunar los recursos disponibles en la empresa y perseguir los objetivos previamente definidos. En este sentido tanto el Plan de negocio como el Plan de Internacionalización de una empresa recogen variables muy parecidas.

De este modo deducimos que la Internacionalización requiere en gran medida poseer las mismas capacidades y pasar por los mismos procesos que la creación y asentamiento de una empresa en un mercado, éstas y sus equipos directivos han demostrado ser capaces de dar respuesta a los requerimientos básicos que exige la actividad emprendedora e Internacionalizadora.

La única salvedad y elemento de contraste entre ambos procesos se manifiesta en la cualificación específica del equipo Internacionalizador en los mercados en que se quiere comercializar el producto o servicio por un lado y de su capacidad de generación de redes internacionales. Esto podríamos considerarlo como el verdadero Talón de Aquiles de las empresas, y es precisamente la forma de acceder a los mercados de forma eficaz y multiplicar las ventas en plazas internacionales. Desgraciadamente como ya destacaba Karlos Landeta en su artículo [Falta de recursos humanos en la Internacionalización](#) la escasa vocación que existe entre nuestros profesionales por desarrollar una carrera Internacional puede ser un factor que haga mella en la competitividad de nuestras empresas. Ahora más que nunca es cuando debe promocionarse la formación y especialización de personas en esta materia multidisciplinar. La cara amable de la moneda es que aflora un nicho de oportunidad creciente para los servicios especializados a empresas que puedan actuar como catalizadores de los recursos internos de la empresa y ponerlos a servicio de la Internacionalización.

Internacionalizar, como emprender, son disciplinas que de una o de otra manera requieren acompañar en una misma canción todos los instrumentos de la orquesta de una empresa. La práctica totalidad de las empresas que cuenten con un producto, con una ventaja competitiva y con una financiación adecuada que sepa rodearse de un equipo de profesionales interno o externo que le facilite el acceso a mercados, podrán indudablemente realizar una Internacionalización con mayores garantías.

Internacionalizar, como emprender, se trata de Identificar nichos de mercado con necesidades específicas, adecuación de producto a nuevos clientes, equilibrar el gasto en I+D+i y el gasto comercial, encontrar un esquema de financiación adecuado, innovar y por supuesto saber rodearse de un equipo capaz.

Internacionalizar es en definitiva un proceso de re-emprendizaje que la empresa debe liderar en mercados cada vez más globales, para los que necesita adquirir capacidades internas o externas que sean capaces de introducir la empresa en nuevos mercados.

Es cierto; sin los recursos humanos y materiales suficientes fracasaremos en nuestro pequeño ajuste de cuentas con la globalidad, pero la rueda tractora que hace mover esta bicicleta es precisamente el espíritu emprendedor.

There are no comments yet.