



Anexo 6. El proceso de internacionalización

Una de las posibilidades que puedes decidir en tu empresa es la internacionalización de tu proyecto, comercializando tus productos o servicios en mercados internacionales. Las razones por las que decidas iniciar este proceso pueden ser:

- Diversificación de la cartera de clientes.
- Nuevas oportunidades de negocio.
- Saturación del mercado en el que operas.
- Búsqueda de mercados con menos competencia.
- Diversificación del riesgo.
- Estrategia empresarial: generar valor añadido.

Este listado se puede ampliar en función de las necesidades de cada organización. Pero es muy importante conocer en cada caso por qué razón quieres iniciar el proceso de internacionalización. En ese proceso de análisis es fundamental analizar riesgos y dificultades. Salir al mercado internacional es una alternativa cada vez más importante pero puede suponer un riesgo al éxito del proceso si no se tienen en cuenta las dificultades existentes, que pueden ser: financieras, para identificar oportunidades en tus mercados actuales, personal no cualificado, existencia de aranceles, fuerte competencia, falta de idiomas, otras barreras de carácter no comercial,...

En un análisis previo es importante conocer:

- Si es necesaria homologación de los productos o servicios en el mercado de destino. En caso afirmativo, conocer el proceso y tiempo aproximado que llevaría.
- La terminología habitual en internacionalización (INCOTERMS).
- El proceso de exportación en el caso de envío de mercancías, materiales, equipos de trabajo,...
- Otros requisitos legales y/o barreras de entrada.

Si como consecuencia de este análisis, deduces que tu posición es insegura, poco clara, o que careces de medios y conocimientos suficientes, es conveniente no hacerlo hasta que estés en disposición de eliminar o superar las barreras internas o externas que hayas encontrado. Debes tener en cuenta que las claves para el inicio de un proceso de internacionalización son:

Anexo 6. El proceso de internacionalización



- Debe ser una decisión consciente y voluntaria.
- Puede ser un proceso gradual o forzado por las circunstancias.
- Debe ser una decisión estratégica que implique evaluación de riesgos y dificultades.
- Globalización de los mercados, debido a la importancia de las telecomunicaciones y las nuevas tecnologías.

Una vez tengas claro lo anterior puedes iniciar el proceso. Si decides ampliar tu ámbito de actuación debes planificar muy bien todas las acciones que vas a llevar a cabo. Las posibilidades pueden ser diferentes, desde la más básica como es la compraventa internacional, hasta el establecimiento de empresas propias o compartidas (mixtas) en otros países. Las opciones pueden ser tan amplias como modelos de negocio existen.

Nota: respecto a la formación del precio o presupuestos de cara a clientes es importante tener en cuenta los costes logísticos internacionales en que incurras, los INCOTERMS utilizados, los posibles aranceles y otros impuestos en destino.

Un guión de plan de internacionalización puede contemplar los siguientes puntos:

1. Diagnóstico de internacionalización. Es recomendable realizar un DAFO.
2. Selección de mercados.
3. Selección y definición de los productos y/o servicios que tengas pensado comercializar para cada mercado.
4. Formas de entrada al mercado.
5. Oferta internacional (selección de gama de productos...).
6. Política de comunicación (marca, posicionamiento, instrumentos de promoción...).
7. Plan económico (objetivos de ventas, cuenta de explotación internacional...).

Ten en cuenta que deberás realizar el proceso para cada mercado que quieras abarcar.

Es recomendable que separes los datos referentes a los costes de implantación y puesta en marcha del plan internacional de los demás, elaborando una cuenta propia de resultado (a integrar posteriormente en la general) para el área internacional. Esto te permitirá realizar un mejor seguimiento del funcionamiento y resultados del mismo.

Anexo 6. El proceso de internacionalización

EXTREMADURA EMPRESARIAL



En el área de RR.HH. deberás especificar las necesidades de perfiles cualificados en internacionalización.

AVISO IMPORTANTE: no olvides establecer una política de cobros internacionales para garantizar en la mayor medida posible el cobro de las ventas realizadas (seguros de crédito, créditos documentarios,...).

Debes saber que...

Existen Organismos Públicos que con el objetivo de apoyar las actuaciones de promoción exterior e internacionalización de proyectos ofrecen programas de incentivación. Por ejemplo, en España el Instituto de Comercio Exterior (ICEX) www.icex.es. A nivel regional, en el Punto de Acompañamiento Empresarial <https://extremaduraempresarial.gobex.es/>.