

Hoy, más que nunca, internacionalización

Las previsiones siguen hablando de crecimiento y de optimismo en los mercados internacionales. El Banco de España augura un impacto positivo del sector exterior en nuestra economía, impulsado por el auge de las exportaciones, aunque en los últimos trimestres hayan moderado su expansión

Textos: R.E.T.
Correo: redaccion@economia3.info
Imágenes: Archivo 

La internacionalización de la empresa española se ha convertido en una necesidad urgente. La complicada situación de nuestro país, que dificulta las perspectivas empresariales, puede y debe ser compensada con la pujanza que observamos en el exterior. Los datos demuestran claramente que hay buenas oportunidades de crecimiento fuera.

La internacionalización es la mejor vía para conseguir colocar nuestros productos y servicios en unos mercados donde el nivel de demanda es superior y las perspectivas de expansión económica se mantienen estables. No es algo nuevo, ya que hay muchas empresas que se están aplicando en ello desde que comenzó la crisis, como demuestran las cifras que se han ido publicando recientemente.

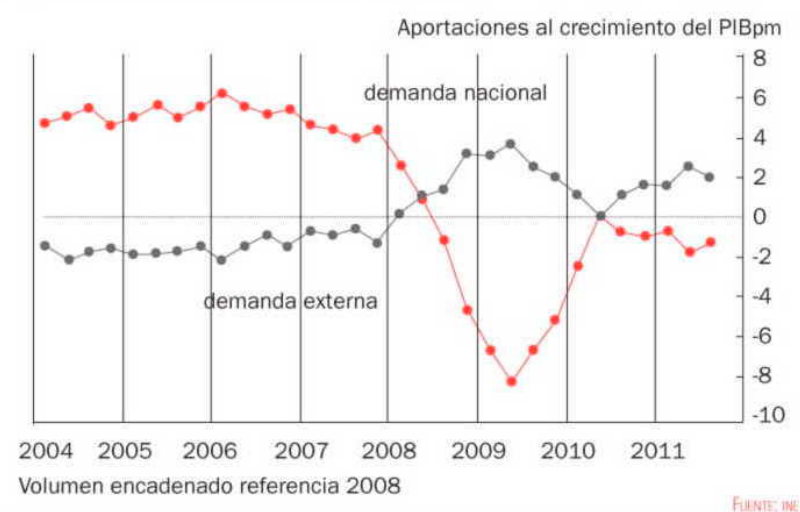
De acuerdo con los datos del INE, el mercado exterior está compensando la debilidad de la demanda doméstica y cada vez son más las empresas que salen fuera en busca de las oportunidades que aquí no encuentran (Cuadro 1).

Mientras que la demanda dentro de nuestras fronteras acumula ya más de un año en terreno negativo, el sector exterior lleva dando alegrías desde el inicio de 2008, es decir; prácticamente desde el inicio de la crisis. Esta evolución se explica por el crecimiento de las exportaciones, que a pesar de que en los últimos trimestres han moderado su expansión respecto a 2010 por la debilidad de nuestros socios comunitarios, mantienen tasas de incremento anual cercanas al 10% (Cuadro 2).

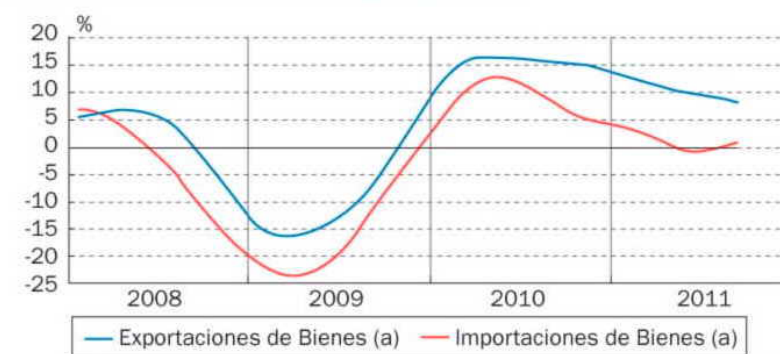
Respecto al futuro, que es lo verdaderamente importante, las previsiones siguen hablando de crecimiento y de optimismo en los mercados internacionales. El Banco de España augura un impacto positivo del sector exterior en nuestra economía, impulsado por el incremento de las exportaciones. De hecho, la entidad central estima que este año se puede alcanzar el equilibrio en la balanza exterior, cuando al inicio de la crisis el déficit rondaba el 10% del PIB.

Por ello, es imprescindible que las empresas españolas aprovechen esta vía

CUADRO 1. DEMANDA NACIONAL Y EXTERNA



CUADRO 2. INDICADORES DE COMERCIO EXTERIOR



de crecimiento sostenible que se abre ante ellas. No podemos olvidar que salir al exterior permite, además de com-

pensar la situación del mercado doméstico, ampliar el mercado potencial, obtener en muchas ocasiones una mayor

CESCE MÁSTER ORO

Cesce, empresa especializada en la gestión integral del riesgo comercial, pone a disposición de las empresas su producto Cesce Máster Oro, que además de ser un seguro de crédito para cubrir posibles impagos, ofrece también un servicio de prospección de clientes a escala internacional. Este servicio permite identificar primeros potenciales clientes en un mercado y además detectar la solvencia de esos potenciales compradores. El cliente puede además obtener un certificado de seguro que ayuda a obtener financiación ya que puede ser descontado en las entidades financieras con las que Cesce ha alcanzado acuerdos.

Además Cesce Máster Oro también cubre los impagos, de forma que si el cliente no cobra recibe una indemnización en el plazo más bajo del mercado: dos meses.

rentabilidad (por vender en mercados más rentables y porque al producir más cantidad generalmente se pueden generar economías de escala y ahorro de costes) y diversificar los riesgos comerciales. Este es un punto vital sea cual sea el destino de sus inversiones, como veremos más adelante.

PLANIFICAR A LARGO PLAZO

Aunque lo más habitual es que la empresa (sea pequeña o grande) se plantee comenzar a exportar por una causa coyuntural (en nuestro caso por la crisis), la decisión debe tener siempre un foco a medio y largo plazo. El proceso de internacionalización es gradual, comenzando con operaciones puntuales, que después pasan a realizarse de forma regular hasta que finalmente, si las condiciones lo permiten, se abre una o varias oficinas en el exterior para coordinar las operaciones localmente. Evidentemente, esto resulta una complicación añadida para las pymes, que no conocen bien los mercados internacionales ni tienen medios para desarrollar una estrategia completa desde el principio. Son muchos los puntos a tener en cuenta, desde la calidad crediticia del cliente potencial hasta el riesgo global de un país, algo que puede tener una influencia directa en nuestras operaciones comerciales.

En este punto merece la pena destacar un error común cometido por muchas empresas cuando venden en el exterior: están convencidas de que hay que asegurar el riesgo comercial solo cuando se trata de países de un determinado perfil (África, algunos países asiáticos y latinoamericanos, etc.), pero se equivocan al pensar que por operar en un mercado desarrollado (zona euro, Estados Unidos, Japón, etc.) no hace falta cubrirse las espaldas, ya que la seguridad jurídica es mayor. Nada más lejos de la realidad. Al igual que en España hay empresas tanto solventes como insolventes, lo mismo sucede en estos mercados del llamado "primer mundo". La crisis que viven algunos países europeos –no podemos olvidar que son nuestros principales socios comerciales con una enorme diferencia frente al resto– está aumentando los riesgos de impago. Por ello es fundamental contar con un socio estratégico que no solo nos cubra del impago, sino que nos proporcione información suficiente a priori para que nuestra morosidad sea lo más reducida posible.

FINANCIACIÓN

Uno de los principales problemas actuales a la hora de salir al exterior es la financiación. Contar con un pedido y que

el comprador nos pague a la entrega del producto o servicio o incluso por adelantado es un escenario idílico que pocas veces sucede en la vida real. Por ello, es especialmente importante que esa operación que realizamos no implique enterrar una importante cantidad de recursos durante un periodo de tiempo prolongado, porque eso no solo puede suponer un impedimento para realizar nuevas inversiones y seguir creciendo, sino que además puede incluso poner en peligro la

propia supervivencia de la empresa, tal y como ha sucedido con decenas y decenas de empresas que han desaparecido en los últimos años por la morosidad, incluso tratándose de negocios financieramente viables. Por último, si se confirma el peor escenario y se produce el impago, es imprescindible no solo asegurarse de recibir una indemnización, sino de hacerlo en el menor plazo posible para recuperar la inversión y acometer nuevas oportunidades. 