

Queremos, podemos, sabemos

Una treintena de pymes lucenses conocieron ayer los principales factores que intervienen en el proceso de internacionalización en el foro «Atrévete a exportar»

Cristina López 15/10/2009

☆☆☆☆☆ Valoración



Queremos, podemos, sabemos. Estas tres palabras encierran la clave de lo que una empresa debería plantearse a la hora de lanzarse al mercado exterior. El siguiente paso llevaría a la firma en cuestión a preguntarse qué la motiva a exportar, cuáles son sus potencialidades, hacer una selección del que será su mercado y del modo de presencia en él.

Para Víctor M. Sixto Sanjosé, del Grupo Proxectos, que ayer intervino en una de las ponencias del segundo foro sobre exportación organizado por la Cámara de Comercio de Lugo, las empresas que se decidan a exportar, dependiendo de su tamaño, pueden optar por una estrategia de concentración o de diversificación. Si se decantan por esta, podrán posicionarse en un elevado número de mercados, pero con una presencia no muy destacada en cada uno de ellos, lo que les permitirá eliminar riesgos y que las demás no las vean como competidoras.

Tres son las opciones de internacionalización: la exportación, la inversión y las licencias o franquicias, y cada una de ellas presenta diferentes variantes. Es el caso, por ejemplo, de la exportación indirecta (no vendo, sino que me compran); los agentes o representantes de la empresa, a los que se les paga una comisión por venta; y los distribuidores, con los que contacta la empresa, siendo ellos los que asumen los riesgos.

Las empresas también pueden recurrir a la utilización de un canal de distribución de otra empresa, aunque en este caso se recomienda hacerlo con la marca propia, de un consorcio de exportación, o de una asociación con empresas locales del país de destino. En cualquier caso, Sixto Sanjosé señaló que «a presencia de empresas galegas en licitaciones internacionales é baixa».

Pensar de fuera a dentro

De los obstáculos y habilidades en la exportación hablaron Ainhoa Mallo Martínez y Víctor M. Rodríguez Pérez, quien apuntó que para exportar es fundamental tener claro el objetivo. A partir de ahí se definirá el mercado, el producto y la estrategia. Eso sí, la empresa «puede cambiar de estrategia, pero nunca de objetivo». En cuanto a este, uno de los obstáculos a los que habrá que enfrentarse será el exceso de datos.

En cuanto al mercado, las habilidades que habrá que trabajar son básicamente datos útiles, mensaje simple y una visión global, es decir, «pensar de fuera a dentro». Por lo que al producto respecta, los obstáculos con los que la empresa puede enfrentarse son: que se trate de un producto demasiado innovador y



Victor Rodríguez hablando a los asistentes de los puntos fuertes y débiles de la exportación

| PRADERO

Relacionados de la noticia

- Francia, Portugal e Italia, los tres primeros destinos
- La Cámara abre el período de exposición del censo electoral

aprovéchate

Noticias + vistas Vídeos Álbumes

1. Cientos de menores pasaron el Fin de Año en la calle tras pagar 40 euros
2. Desigual vuelve a retar al frío en las rebajas de enero
3. Adiós a Nucha y Mucha, cantareiras de Ardebullo
4. Un incendio calcina dos pubs contiguos de Lugo y obliga a desalojar un edificio
5. Kiko Rivera y Jessica Bueno, segunda parte

AHORA EN PORTADA DE LAVOZ.ES

- Gallardón anuncia que no volverá a ser candidato a la alcaldía de Madrid
- La belleza pasa por el quirófano en Corea del Sur
- La CEOE aboga por recuperar la figura del aprendiz con un salario por debajo del mínimo
- Excarcelada una persona tras un accidente en Redondela
- ¿Tiene futuro el código de barras?
- Google lanza en EE.UU. su nueva tienda musical
- La prima de riesgo roza los 500 puntos básicos tras una subasta pública con el mayor interés
- Un incendio en Santiago obliga a desalojar a los vecinos del edificio
- Un vaquero hecho con partículas de café para combatir la celulitis

que no se piense en el mercado. Si de habilidades se trata, habría que referirse a la adaptación a las necesidades del mercado (por ejemplo, el Smart) y a la anticipación a esas necesidades (el Toyota Prius).

Al referirse a la estrategia, el ponente dejó a los representantes de las empresas dos ideas básicas: «no se trata de conocer al cliente, sino de que el cliente nos conozca» y «la marca influye en la mente del consumidor». Por último, frente a la adaptación al cambio, la constancia, la flexibilidad, la persistencia, la tenacidad y una visión global -habilidades ante la exportación- pueden encontrarse el miedo y la tozudez, obstáculos habituales en ese proceso.

En proceso en el que, según Mallo, pueden darse barreras internas, en el seno de la propia empresa, y externas, relacionadas sobre todo con la cultura, la comunicación y el protocolo.

Compartir :[Cómo compartir?](#)



Para llamar a Honduras

Desde 12.9 ¢/min. Sólo te suscribes y disfrutas de calidad y economía.
www.LlamaHonduras.com

Iglesias Abogados

Despachos en A Coruña y Betanzos
Defensa y asesoramiento jurídicos
www.iglesias-abogados.es

Pazos de Galicia

Hotelitos con encanto en Galicia Central
de reservas 981 90 84 77
www.pazosdegalicia.com

Gestión anuncios ▶

- Presentan un proyecto para construir edificios por el tejado

ULTIMA HORA EN EDICIONES

A Coruña

- El Concello de Vigo obvia la ley de paridad en sus oposiciones
- A ciegas
- La niebla colapsa Alvedro

Ferrol

- El fiscal no pedirá ejecutar el fallo del Conde de Fenosa
- Cuarenta niños esperan una beca para el comedor escolar
- Casi 90 empresas optan a reformar un vial en Covas

Vigo

- Reparaciones de trabajo a 1.300 operarios con sus últimas obras
- El acuario del Museo do Mar no tiene la autorización de la Xunta
- Cinco familias se niegan a cobrar la expropiación por la depuradora

Webs del grupo [RadioVoz](#) [Voz Audiovisual](#) [Sondaxe](#) [Canalvoz](#) [Voz Natura](#) [Fundación](#) [Prensa Escuela](#) [Escuela de Medios](#)

Anuncios Clasificados [Inmobiliaria](#) [Motor](#) [Empleo](#) [Mercadillo](#)

Tarifas web [Consulta](#)

Contacte con nosotros webvoz@lavo.es

[Aviso legal](#)

[Política de privacidad](#)

[Condiciones generales](#)

[RSS](#)



© Copyright LA VOZ DE GALICIA S.A.

Polígono de Sabón, Arteixo, A CORUÑA (España)

Inscrita en el Registro Mercantil de A Coruña en el Tomo 2438 del Archivo, Sección General, a los folios 91 y siguientes, hoja C-2141. CIF: A-15000649.

Comercializa publicidad local: Canalvoz

Comercializa publicidad nacional: cmvcento