

¿Internacionalizarse es la clave?

Cristina Vázquez

Abogado Internacional del Despacho Jurídico Asesora

www.asesora.es

Hablar de internacionalización está de moda.

Supongo que la mayoría de Pymes que están leyendo este artículo está de acuerdo que ahora mismo es el mensaje que más se nos repite, incluso más que innovación. Las jornadas que se celebran en Cámaras de Comercio, Asociaciones, etc. giran sobre este tema e incluso las leyes no se pueden resistir a añadir la coletilla “internacionalización” como la reciente propuesta ley de apoyo a emprendedores y su internacionalización.

Estamos asistiendo a un bombardeo continuo de mensajes en el que la idea que prevalece no es internacionalízate a un determinado país como ocurría hace unos años sino internacionalízate como forma de sobrevivir. ¿Es la clave?

El pasado viernes asistí como ponente a una conferencia en la que en diez escasos minutos tenía que explicar las claves de éxito para internacionalizarse en China.

Nada menos que tenía que condensar una experiencia de más de 15 años trabajando con empresas chinas, mis vivencias mientras he sido estudiante en sus Universidades y he compartido estudios con directivos chinos, las duras negociaciones (incluidas comidas y cenas que forman parte de la propia negociación) y los largos contratos de joint venture, distribución, agencia...en inglés-chino donde casi todo tiene que quedar por escrito y todo lo tenía que contar en 10 minutos!!.

Viendo la cara de los asistentes me preguntaba que estarían pensando al oír la palabra internacionalizarse, ¿alguien se había parado a pensar en qué está pensando un empresario cuando escucha esta palabra? Porque internacionalizarse puede ser comprar en otro país para reducir los costes de producción, puede ser buscar un agente o distribuidor, podría ser asistir a una feria o incluso implantarse en otro país. Cualquiera de estas formas y otras muchas más combinadas con el país en el que hemos decidido el proceso de internacionalización, van a necesitar diferentes dosis de tiempo, esfuerzo y dinero.

¿Hay que internacionalizarse? SI.

¿Cualquiera puede hacerlo? SI.

Todo dependerá de lo que entendamos por esta palabra. Hace unos años internacionalizarse era implantarse en otro país, parecía que ya habíamos pasado por el resto de fases pero ahora no hay que pensar en esos términos. Comencemos desde ya a pensar de forma global, no hace falta coger los bártulos y trasladar toda nuestra empresa, por ejemplo a China. Comencemos por el primer paso, preparemos nuestros productos, estudiemos como adaptarlos a otros países, analicemos nuestra cadena de valor, trabajemos con nuestra gente para cambiar sus mentalidades, ayudemos a que se formen en idiomas (no hace falta aprender chino, con el inglés es suficiente) y sobre todo dos recomendaciones que me gusta hacer siempre que participo en cualquier tipo de evento

explicando el mercado chino y que me parecen claves en todos los procesos de internacionalización con independencia del país:

- Sentido común
- Un poco de suerte para encontrar el socio adecuado

La primera clave es evidente. La segunda, también fundamental. He conocido a muchos empresarios de éxito en procesos de internacionalización, pequeñas empresas (algunas no son ni pymes sino micropymes) que exportan a muchísimos países y cuando comparten su aventura siempre tienen en común el haber ido encontrando los socios adecuados y no hablo de socios en el término de formar empresas sino socios como fábricas que te suministran los productos, socios como agentes y distribuidores, socios como proveedores de servicios (logísticos, legales, ...), etc.

No busquemos por tanto grandes hitos, implantarse en otro país puede ser para otros pero internacionalizarse como usted está pensando sí que es posible y debe hacerlo. Consulte a otros empresarios y trate de colaborar con ellos y si necesita algún consejo, jurídico o no, sobre China, Egipto o Emiratos Árabes siempre puede encontrarme en Lindkein o directamente en la firma jurídica a la que pertenezco donde intentaremos ayudarle en sus procesos de internacionalización