

Pamplona, abril 2009

La importancia del Comercio Exterior

Nos encontramos ante un eterno dilema del empresario en general, o me quedo operando en el mercado nacional que controlo y domino sin grandes problemas haciendo operaciones esporádicas con el exterior o me lanzo a la aventura de nuevos mercados con clientes diferentes, otras tecnologías y normativa distinta a través de un plan de internacionalización.

La situación actual de la economía no anima a esta segunda opción por razones de peso como la falta de financiación, la reducción de costes internos, conservación de la cartera de clientes por encima de todo, además de otras como la incertidumbre y el miedo de no saber cuanto va a durar la crisis y el empeoramiento de la situación. Todo esto ha llevado a muchas empresas a renunciar con cierta lógica a planes de internacionalización y proyectos de I+D+I viables que les hubiesen dado otra dimensión.

La empresa navarra tiene que quitarse esos complejos de inferioridad y saber competir en el exterior, esa va a ser la clave de supervivencia hoy en día en un mercado global. Para eso hay que reforzar esos valores tradicionales como el carácter familiar, dedicación, esfuerzo que casi toda empresa tiene y son un punto fuerte, y a su vez optimizar la estructura societaria y organizativa, acompañarse de los profesionales adecuados (externos e internos) que nos guíen en el camino y apostar claramente por la calidad e innovación continua dentro de la empresa. Estas tienen que ser las bases en las que debe sustentarse todo plan de internacionalización de la empresa junto a la viabilidad económica y la financiación del proyecto.

Dentro del plan de internacionalización tenemos que tener claro que mercados nos interesan con un estudio completo de cada país (historia, política, geografía, costumbres, riesgos) y del sector en concreto (canales de distribución, competencia, patentes y marcas, normativa) para ver si hay posibilidades reales de entrar.

Posteriormente con toda la información en la mano tenemos que ver la estrategia que vamos a seguir (red de contactos de agentes y distribuidores, viajes de prospección comercial, asistencia a ferias y misiones, etc).

En esta primera fase de iniciación las empresas pueden ayudarse de la Cámara de Comercio, del ICEX (Instituto de Comercio Exterior), o de centros de vigilancia estratégica y competitiva.

Luego otro tema es saber quien va a desempeñar las funciones de exportación dentro de la empresa. Lo normal al principio es no tener una persona específica para ese puesto, por eso es aconsejable acompañarse de un promotor de negocios homologado por la Cámara de Comercio en el país destino que nos

oriente en los primeros contactos y operaciones comerciales. También cabe la posibilidad de contratar a un Gestor de exportación a tiempo parcial de la Cámara de Comercio que haga las funciones de responsable de exportación en nombre de la empresa. En estos casos suele ser el gerente o el director comercial de la empresa el que controle y supervise toda la operativa.

En el momento que la actividad exportadora va creciendo en la facturación general y se va diversificando a varios mercados, se hace necesario cubrir el puesto de responsable de exportación en el organigrama general de la empresa bien a nivel interno o contratando un profesional a través de una selección de personal.

Con el paso del tiempo si el negocio es rentable y la oportunidad es buena se pueden dar otros pasos más adelante en el comercio exterior como la apertura de una delegación comercial en la zona, búsqueda de un socio local para crear una “Joint Venture” aprovechando el Know how de la empresa, crear o adquirir otra empresa pero siempre con la premisa de tener los pies en el suelo.

Cabe recordar que es muy importante en toda operación de export-import contar con un asesoramiento jurídico especializado para la revisión de los contratos y las condiciones de la operación (Incoterms), garantizar el cobro a través de instrumentos seguros como el crédito documentario confirmado por nuestro banco y reducir los riesgos al máximo. Con todo esto evitaremos cualquier problema que eche al traste nuestra operación.

El esfuerzo de las Administraciones Públicas está orientado a facilitar que las empresas salgan fuera bien a través del Plan de Internacionalización del Gobierno de Navarra con las ayudas Promex (Iniciación o Diversificación), del programa Pipe del ICEX o de proyectos de I+D+I a nivel internacional. Las empresas tienen que darse cuenta y deben aprovecharse de ello para ser más competitivas globalmente y asegurar su continuidad en estos momentos de crisis.

Raúl Urra.

Departamento Comercial

Delta Consultores