



## Básicos emprendedores: ¿Cómo internacionalizar tu empresa?

**DINERO** en imagen By Laura Vela | Dinero en Imagen – vie, 20 jun 2014

CIUDAD DE MÉXICO.- Aun cuando tu empresa continúe creciendo y no hayas previsto llevarla a otras latitudes por el momento, es indispensable que comiences a pensar en la internacionalización como una posibilidad no muy lejana.

De acuerdo con Montserrat Feliu, socia directora de Feliu N&I S.L.P., compañía especializada en la dirección de proyectos de implantación de empresas en el extranjero y en el apoyo de empresas extranjeras y clientes multinacionales en sus implantaciones en España, “hay que prepararse para la internacionalización porque no es un proyecto fácil”.

A sólo tres pasos de distancia

En realidad la internacionalización de tu empresa no es un proyecto que se logre con éxito de forma rápida, aunque sí es importante ambicionar y pensar en él y comenzar a gestarlo.

De acuerdo con Feliu, existen tres fases que son de suma importancia cuando la dirección y los socios de una compañía han decidido llevar a su empresa a tocar puertas en el extranjero:

**Primera fase:** junto con asesores es indispensable analizar el proyecto, analizar si es viable o no y ver si es el momento adecuado para internacionalizar o si es prudente esperar; además de detectar los puntos débiles de la empresa.

**Segunda fase:** ya que la empresa decidió implantarse en algún país, es momento de buscar el máximo conocimiento en todas las áreas, como la jurídica, económica y de consultoría estratégica.

**Tercera fase:** logrado el punto anterior, lo siguiente es conseguir que se consolide el proyecto; ahora crear vínculos, evitar errores, mantener y robustecer el negocio y su operación son las nuevas prioridades.

Guía para la ‘empresa turista’

No importa en qué momento se encuentre tu proyecto, recuerda que un emprendedor se caracteriza por ambicionar el crecimiento de su empresa y llegar al éxito; sin embargo, eso no significa dar pasos apresurados, por ello Montserrat Feliu tiene estos consejos para quienes esperan tocar puertas en el extranjero:

Aunque suene obvio, la dirección y los socios necesitan estar cien por ciento convencidos de la internacionalización.

**Conocer bien el mercado.** “No de forma superficial, sino suficiente. Este punto aunque parece de sentido común en realidad es el primer error”.

Contar con las personas necesarias que puedan **asesorarte en el proyecto de internacionalización**. “No todo el mundo está preparado para viajar continuamente, para hacer la tarea de abrir mercados”, así que es preciso buscar quien sí esté preparado para estas actividades pues no siempre podrás hacerlo tú.

**Saber muy bien qué vas a vender y protegerlo.** “Proteger muy bien la marca y saber cuál es nuestro valor añadido”, de esta forma será siempre más fácil entrar a nuevos mercados, conseguir inversores y evitar robos.

**Contar con recursos financieros.** “Se necesitan recursos suficientes para aguantar dos o tres años a que realmente el proyecto se sostenga”. Ya instalado en otro país, la inversión tendrá que ser capaz de afrontar la dinámica cultural, de adaptación, de crecimiento y del mercado.

México, el atractivo

De acuerdo con Feliu, España está presente en el ámbito tecnológico, de desarrollo sanitario y farmacéutico principalmente, y es una gran opción para internacionalizar, ya que esta nación significa “la puerta de entrada a la Unión Europea para después atacar a otros mercados”.

En 2013 la inversión extranjera directa (IED) mexicana en España fue de alrededor de 212,000 euros en flujos de inversión bruta.

En tanto México es uno de los países donde más se están internacionalizando las empresas españolas debido a la cultura y convenios existentes entre ambos países, según palabras de Montserrat Feliu; pues nuestro país destaca en sectores como infraestructura, ingeniería y medioambiental.

Las empresas españolas son de las más importantes en nuestro país, aunque no las únicas. De acuerdo con Proméxico, el lugar número uno de sociedades que presentaron flujos de IED hacia México de 1999 a 2013 lo tiene Estados Unidos, con 25,435 sociedades; en el segundo sitio se encuentra España con 4,716 sociedades y en tercer lugar está Canadá con 3,308 compañías; le siguen Holanda, Argentina, Alemania, Italia, Corea, Francia y el Reino Unido.

Así que sin importar de qué lado nos lees, piensa que la internacionalización de tu empresa es un factor clave para el éxito de aquella y que es conveniente prepararla.

\*livm

También te puede interesar:

[Test: ¿A qué CEO te pareces?](#)

[Cinco datos para alertarnos sobre las finanzas de los jóvenes](#)

[Siete cosas que puedes hacer los viernes para mejorar los lunes](#)

