



Capacidades para la Internacionalización

e+ | **Emprende** *plus*

Usuario:
Apellidos, Nombre:
Empresa:
Sector:
NºTrabajadores:
Año constitución:



El test "Capacidades para la internacionalización" ofrece, al emprendedor, una primera valoración y primeras conclusiones sobre las capacidades de su empresa para la internacionalización

Antes de lanzarse a la aventura de exportar o internacionalizar la empresa, cualquier emprendedor debería responderse a toda una serie de cuestiones previas al inicio de esa actividad, es decir, evaluar su capacidad, o la de su empresa, para afrontar las exigentes condiciones competitivas de los mercados internacionales.

Si la respuesta fuera positiva no será una garantía, pero, si el resultado fuera negativo sería un buen indicador de las necesidades de reflexionar sobre la decisión y los diferentes ámbitos en los que se debe basar la misma.

El presente formulario es la base de un ejercicio de reflexión que todo emprendedor debería realizar antes de tomar la decisión de lanzarse a la aventura de los mercados internacionales.

PON A PRUEBA TUS CAPACIDADES PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN

El formulario utiliza un sistema de evaluación basado en la puntuación de factores ponderados. Los factores considerados para evaluar las capacidades para la internacionalización que se ha escogido incluyen 71 aspectos (subfactores) de agrupados en los siguientes 10 grupos (factores): 1. Motivación; 2. Operativa; 3. Recursos; 4. Experiencia; 5. Producto; 6. Expectativas; 7. Información; 8. Barreras; 9. Precios; 10. Implicación. Esperamos y deseamos te sea útil este ejercicio de reflexión. Estamos a tu disposición para atender cualquier consulta sobre la materia.

MOTIVACION DE SALIDA AL EXTERIOR



Se trata de evaluar las motivaciones y razones que impulsan a la empresa a salir al exterior e internacional su actividad, ya sean de carácter personal, de producción o/y de los mercados.

OPERATIVA INTERNACIONAL



Se trata de evaluar la capacidad actual de la empresa para llevar a cabo las tareas y actividades propias de la gestión de las exportaciones e internacionalización: estrategia, estructura y dedicación, comunicación en otros idiomas, equipamientos y personal contactos internacionales, o cultura de cooperación con otras empresas.

RECURSOS DISPONIBLES



Se trata de evaluar los recursos que la empresa dispone para enfrentarse al programa de exportaciones e internacionalización tomando en consideración aspectos como: personas, cualificación, financiación, rentabilidad, capacidades específicas, certificaciones, calidad y coberturas.

EXPERIENCIA ACUMULADA



Se trata de evaluar la experiencia de la empresa, conocimiento y prácticas, tanto en el ámbito de la exportación e internacionalización, como en el campo más general de la comercialización y distribución de productos/servicios.

PRODUCTO ADECUADO DISPONIBLE



Se trata de evaluar las oportunidades del producto/servicio de la empresa en los mercados de destino, considerando aspectos como patentes y marcas, ventajas competitivas, reconocimiento, adecuación, costes del transporte, necesidades que cubre, requerimientos de entrada y servicio postventa.

EXPECTATIVAS ADECUADAS



Se trata de evaluar el realismo con el que se afronta la decisión de exportar o internacionalizar la empresa, considerando aspectos como objetivos, medios, capacidad, y teniendo en cuenta que esos objetivos deben ser proporcionados tanto en medios como en tiempos.

INFORMACION DISPONIBLE



Sabiendo que la información es clave en los mercados internacionales, se trata de evaluar los recursos de los que se vale la empresa para entrar en la actividad exportadora y en los mercados internacionales, tomando en consideración aspectos como: mercados, fuentes de información y documentación, actividades de formación, actuaciones de los competidores y cambios en el sector.

BARRERAS EXISTENTES



Se trata de evaluar las posibles barreras de acceso a los mercados de destino en cualquiera de sus manifestaciones, ya sean comerciales, técnicas o culturales, como, por ejemplo: cuotas, contingencias, permisos, sanitarias, homologaciones, marca sector o país, transporte, logística y culturales.

CAPACIDAD DE PRECIOS RAZONABLES



Se trata de evaluar la competitividad en precios de la empresa, contemplando aspectos como: conocimiento, gastos, precios, márgenes, condiciones de pago, y, en resumen, competitividad en esos mercados.

IMPLICACIÓN DECIDIDA DEL EQUIPO DIRECTIVO



Se trata de evaluar el grado de implicación del equipo directivo tomando en consideración aspectos relativos al conocimiento y voluntad de asumir desafíos y riesgos de diverso tipo: objetivos, esfuerzos y dedicación, riesgos y financiación.

PLANIFICACIÓN FISCAL Y LEGAL INTERNACIONAL



Se trata de saber la importancia del sistema tributario y legal del país de destino, puesto que ello puede influir directamente sobre la rentabilidad de la operación e incluso presentar diferentes ventajas o desventajas en temas como los impuestos o repatriación de beneficios.

PUNTOS FUERTES

PUNTOS DÉBILES

RECOMENDACIONES PARA EL ANÁLISIS

Enhorabuena, parece que conoces los aspectos básicos generales sobre diseño y cómo gestionarlo adecuadamente para obtener unos buenos resultados. Pese a ello deberías recordar que invertir en diseño, como cualquier inversión, conlleva cierto riesgo.

Para disponer de mayores garantías presta atención a tus puntos débiles y trata de mejorarlos o informarte sobre ellos en asociaciones profesionales de diseño o consultorías especializadas en gestión de diseño.

De cara al futuro podrías plantearte... ¿podría innovar en mi empresa integrando a un profesional del diseño en cosas como la definición de un nuevo servicio o la identificación de una nueva oportunidad de mercado?



■ Usuario
 ■ Grupo

