



**Raimon Serrahima Formosa**

Consultoría y Formación

Dirección financiera de la empresa

[raimon.serrahima.com](http://raimon.serrahima.com)

[www.serrahima.com](http://www.serrahima.com)

Profesor en:

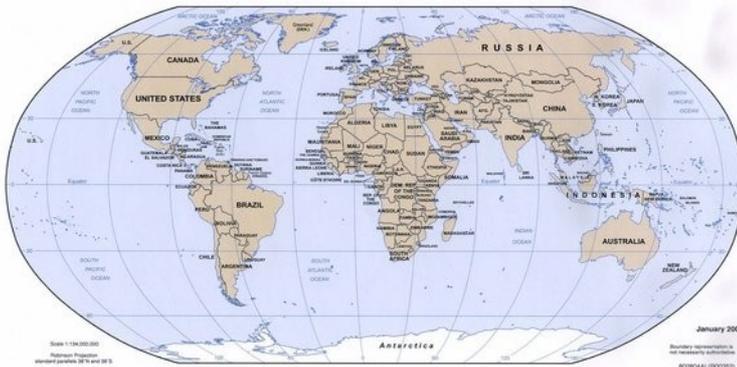
**BES** laSalle  
Business  
Engineering  
School

**UOC** Universitat Oberta  
de Catalunya  
INSTITUTO INTERNACIONAL DE POSGRADO

Miembro de:

**aeca** **ACCID**

## Internacionalización. Enfrentando la crisis. Salir al mercado global.



Este artículo de hoy pretende ser únicamente una reflexión en “voz alta” sobre una alternativa evidente para que nuestra empresa crezca.

Pero aún y ser evidente muy pocas empresas se la plantean.

La población estimada de [España es de 47 millones](#) de personas, la de [Europa de 500 millones](#), La de [India de 1,200](#) y la de [China de 1.300](#).

A menudo aplaudimos a aquellos que van a la China (o a la India) a comprar/producir más barato para vender en España o quizás incluso en Europa.

¡Pero nos estamos equivocando! Lo que hay que hacer es ser buenos en nuestro producto o servicio y salir a venderlo a la China, o la India. Nuestro futuro es, sin duda alguna, dar un producto con valor añadido y venderlo en mercados “grandes”.

Cuando nuestra empresa inició su andadura se concentró en los clientes más cercanos, digamos, los de nuestro barrio. Poco a poco fue creciendo y ampliando su mercado. Primero en la propia ciudad, después en la comarca, provincia, comunidad autónoma...

¡Pero España es muy pequeña! Es un mercado reducido. Si queremos superar la crisis hemos de apuntar hacia mercados más grandes. Como decía, la China, o la India pueden ser mercados donde vender nuestros productos.

**Raimon Serrahima Formosa**  
[raimon.serrahima.com](http://raimon.serrahima.com)

Dirección financiera de la empresa [www.serrahima.com](http://www.serrahima.com)

Pag.1



Licencia Creative Commons: Reconocimiento - NoComercial - CompartirIgual (by-nc-sa): Debe reconocerse la autoría. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas, la distribución de las cuales se debe hacer con una licencia igual a la que regula la obra original.



**Raimon Serrahima Formosa**

Consultoría y Formación

Dirección financiera de la empresa

[raimon.serrahima.com](http://raimon.serrahima.com)

[www.serrahima.com](http://www.serrahima.com)

Profesor en:

**BES** laSalle

Business Engineering School

Universitat Ramon Llull

**UOC** Universitat Oberta de Catalunya

INSTITUTO INTERNACIONAL DE POSGRADO

Miembro de:

**aeca ACCID**

Obviamente tenemos excusas para no hacerlo:

- No sabemos idiomas. Triste pero cierto. Pero es de fácil solución.
- Nuestros precios son muy elevados. Si la relación calidad precio es correcta seguro que tenemos mercado.
- Es un mercado lejano y no podremos controlarlo adecuadamente. Es una falacia. La razón real se llama “MIEDO”. Así de claro.

Pero si no vamos nosotros vendrán ellos ...y entonces tenemos claro cuál es nuestro futuro.

Claro, salir al exterior supone disponer de fondos financieros a largo plazo. Fondos que permitirán plantear el proyecto como una inversión cuyo retorno no se producirá hasta, como mínimo, el segundo o tercer año. Pero la experiencia indica que si presentamos un plan bien estructurado a nuestro banco, es muy factible que dispongamos de financiación bancaria para ese nuevo proyecto.

Además es una posibilidad de enfrentar la crisis como oportunidad. Y enfrentarla como oportunidad es la mejor manera no sólo de superar la crisis, sino de aprovecharla para potenciar nuestro negocio.

Así que en resumen:

¿Cuál es nuestro mercado?

El de toda la vida se nos ha quedado pequeño, está en crisis y con exceso de oferta.

Si queremos sobrevivir es necesario ampliarlo.

Sólo falta analizar y decidir en qué dirección: ¿Europa? ¿Asia?...

Saludos

Raimon

Última revisión: 1 de abril de 2011.

**Raimon Serrahima Formosa**  
[raimon.serrahima.com](http://raimon.serrahima.com)

Dirección financiera de la empresa [www.serrahima.com](http://www.serrahima.com)



**Licencia Creative Commons: Reconocimiento - NoComercial - CompartirIgual (by-nc-sa):** Debe reconocerse la autoría. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas, la distribución de las cuales se debe hacer con una licencia igual a la que regula la obra original.