

Este artículo pertenece al nº17 de la revista electrónica: **“Proyección exterior de la economía española”**.

Haz clic [aquí](#) para leer la revista electrónica completa.

## INTERNACIONALIZACIÓN Y COMPETITIVIDAD: EL CÍRCULO VIRTUOSO

Por **ENRIQUE FANJUL**, socio de **IBERGLOBA**L, miembro del Comité de Reflexión del **CLUB DE EXPORTADORES** y del **OBSERVATORIO DE INTELIGENCIA PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN**.



*Además de expandir la actividad y el negocio, la actividad internacional es una vía para promover la competitividad de las empresas. La mayor competitividad promueve a su vez mayores exportaciones y actividad internacional en general. Se genera así un círculo virtuoso internacionalización-competitividad.*

¿Qué buscan las empresas al internacionalizarse? Lo primero en lo que se piensa como motivo para la internacionalización de la empresa es el aumento de ventas, producción, empleo, beneficios, inversión, etc.

Pero la internacionalización también es una vía para ganar competitividad. La empresa internacionalizada entra de esta forma en un círculo virtuoso: la internacionalización le permite aumentar su competitividad, esta ganancia de competitividad le facilita aumentar las ventas e inversiones en los mercados internacionales, lo cual a su vez continúa favoreciendo el crecimiento de la competitividad.

## **¿Cómo favorece la internacionalización la competitividad de una empresa?**

En primer lugar, la internacionalización puede favorecer una reducción de costes. La empresa puede encontrar suministros más baratos en los mercados internacionales. O puede trasladar parte de su proceso productivo a localizaciones con mejores condiciones de costes (en primer lugar, laborales; ésta ha sido la razón clave para la deslocalización de numerosas empresas en las últimas décadas).

En segundo lugar, el aumento del volumen de producción que representa la exportación puede permitir a la empresa aprovechar economías de escala, produciendo con menores costes unitarios.

En tercer lugar, la internacionalización obliga a la empresa a someterse a la disciplina de los mercados internacionales. Ya no hay que competir sólo con las empresas del propio país, sino con empresas de todo el mundo. Esto obliga a la empresa a buscar mejoras en su funcionamiento, a innovar en sus procedimientos de gestión. No es lo mismo competir a nivel nacional que competir con empresas de numerosos países. La empresa internacionalizada siente la presión para innovar, para ser más competitiva, para mejorar su organización y gestión.

En cuarto lugar, la internacionalización es una vía para aprender de empresas de otros países. Por un lado, de los propios clientes o de los suministradores. La empresa que sale a los mercados internacionales tiene oportunidad de conocer cómo trabajan las empresas de zonas muy diversas del mundo, y puede sacar lecciones provechosas de este conocimiento.

Son muchas las empresas que se han iniciado de hecho en la internacionalización a través de la importación. Esa primera actividad internacional les ha permitido contactar con empresas suministradoras extranjeras, y a través de esta relación han aprendido. Eso las ha estimulado a dar luego sus primeros pasos en la exportación.

Por otra parte, hay mucho que aprender de los competidores: cómo son sus estrategias, de marketing, de producción, de alianzas locales, en fin, de innumerables aspectos. Incluso en los fracasos, en los contratos perdidos frente a competidores internacionales, se pueden extraer lecciones que en el futuro pueden contribuir a obtener éxitos.

En quinto lugar, la internacionalización es una vía para acceder a nuevas fuentes de talento, nuevas tecnologías, nuevos métodos de gestión, nuevos canales de comercialización, más eficientes que los empleados antes de abrirse al exterior.

En resumen, son diversas las vías a través de las cuales la actividad internacional impulsa la competitividad.

Desde hace tiempo es frecuente escuchar que la internacionalización es una necesidad irreversible para la empresa. Conviene sin embargo tener claros los motivos por los que hay que internacionalizarse. Crecer, aumentar el volumen de negocio, es un motivo básico, sin duda.

Pero otro motivo fundamental es que la internacionalización es una vía para ganar competitividad. Entrar en ese círculo virtuoso de internacionalización-competitividad es un camino sólido para la prosperidad de las empresas y de la sociedad en general.