

EXPORT-CHECK UP

Evaluación de la Capacidad Competitiva de la Empresa

Por Marcelo Wiñazky
Miembro del CEDEX – Universidad de Palermo

Cuando una empresa decide incursionar en el comercio exterior (específicamente, cuando tiene intenciones de exportar), debería “someterse” al *Export Check-Up*, es decir, evaluar su capacidad competitiva para ver si está en condiciones de participar en los exigentes mercados internacionales.

El *Export Check-Up* es un diagnóstico de la situación de la empresa y de su potencial de internacionalización. Además, le permite a la firma detectar las necesidades que enfrentará en cada una de las etapas del proceso exportador. En este sentido, debería ser el punto de partida para la definición de la estrategia exportadora de la empresa.

Toda empresa con vocación exportadora debería adoptar esta metodología para evaluar su potencial de internacionalización. Si la respuesta fuera negativa, el *Export Check-Up* le permitirá un ahorro importante de tiempo y dinero; de ser positiva, le “informará” a la empresa los cambios que debe realizar para estar en mejores condiciones de enfrentar los mercados externos.

En líneas generales, los aspectos que las empresas deben tener en cuenta dentro de la metodología del *Export Check-Up* son los siguientes:

- Actitud frente a la internacionalización.
- Estructura interna para enfrentar la exportación.
- Elaboración de costos.
- Política de calidad.
- Selección de proveedores y de la materia prima utilizada.
- Maquinaria.
- Packaging.
- Catálogos y políticas de comunicación.
- Posicionamiento en el mercado.

Finalmente, es importante que toda empresa con aspiraciones exportadoras se pregunte, entre otras, las siguientes cuestiones:

- ¿Por que exportar?
¿Por una situación coyuntural de crisis en el mercado externo, por una devaluación de la moneda, para aprovechar la capacidad ociosa o porque la exportación forma parte de una estrategia de desarrollo y diversificación de la empresa?
- ¿Quién exporta: usted o toda la empresa?
Hay que recordar que la exportación es un juego de equipo y toda la empresa debe comprometerse.
- ¿Cuenta con los recursos económicos para enfrentar la entrada a un nuevo mercado?
Debe tenerse en cuenta que la exportación es una actividad que no brinda resultados en el corto plazo; por lo tanto, hay que tener la paciencia y el presupuesto suficiente hasta que los negocios comiencen a concretarse.



Conclusiones: esta metodología le permite a la empresa conocer su situación actual; es una foto de la “firma real”, tal como existe hoy en día. En efecto, debería tomarse como el primer paso por parte de aquellas empresas con vocación de internacionalización que consideren a la exportación como una actividad prioritaria y estratégica para su desarrollo.