

“La Columna”

Francisco Ponce Carrasco
pacoponce@ediho.es
www.franciscoponce.com



Nuevos aires para la exportación

El concepto de exportación precisa en los últimos tiempos de una mayor imaginación.

El concepto de exportación, tan manido y utilizado, en mi opinión por necesario, precisa en los últimos tiempos de una mayor imaginación.

Trataré de explicarme: la tradicional exportación se entiende por vender más allá de nuestras fronteras, buscando nuevos mercados en un todo que es la globalidad, y esto se hace desde nuestra base de producción en España.

Los nuevos gerentes con inquietudes, capacidad e informados de las tendencias - vamos los que no pierden su tiempo mirando el ombligo de sus empresas - tienen actualmente un reto, que no es otro que la transformación interna de sus compañías para no quedarse anclados en el pasado.

Estos directivos deben poner a prueba toda su capacidad de liderazgo como motores del cambio.

Corren nuevos aires, o quizá no tan nuevos, para la exportación.

Las empresas deben de instalar, asociarse o comprar otras empresas de su sector en el país donde pretenden extender sus ventas. La eficacia de esta innovación consiste en conocer obsesivamente al cliente desde su propio entorno y problemática y la personalización de productos y servicios.

En cualquier país será bien recibida esta iniciativa y sobre todo no se corre el riesgo de que se te adelanten y tu actual importador, que tiene en sus manos el conocimiento del mercado y posiblemente los clientes, sea tentado por tu competencia y decida ser "algo más que importador".

Al principio la producción en estos países distantes debe ser de los productos de menor precio y tecnología, con materias primas de fácil consecución y costo "in situ", y los productos más sofisticados trasladarlos desde España, con el objetivo de que la inversión sea moderada, siempre en razón del potencial del país en cuestión.

Creo que una de las claves es que este directivo sea capaz de aglutinar y encauzar todas las iniciativas, sabiendo que las personas cuentan y que son vitales para el éxito de su empresa.

Esta nueva forma de operar, garantiza no solo el crecimiento sólido, sino también su adaptación a las necesidades de un mercado cada vez más segmentado, lógicamente todo esto exige imaginación y rapidez en la toma de decisiones. Opino que este criterio es válido para muchos tipos de negocios, pero se hace más necesario en la agricultura - en todas sus facetas - por el ya comprobado desplazamiento de cultivos, dentro y fuera de España.

El sentido de cierta urgencia ante estas posibilidades, es lo que deben valorar los responsables, pero sobre todo si los consejos de administración no son capaces de apadrinar el cambio, doy por seguro que este se desvanecerá y con ello una de las posibilidades de expansión.

Utilizando un término coloquial: ¡Hay que coger el toro por los cuernos y lanzarse!... si se está de acuerdo con estos planteamientos, claro está; suerte.

tierras y
substratos

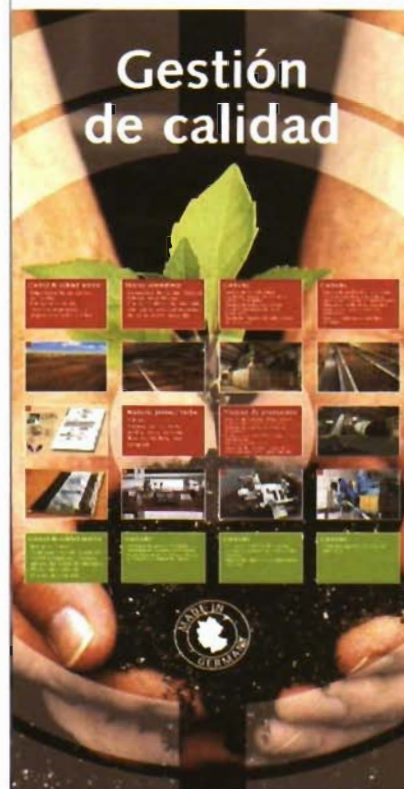
calidad
y



GRAMOFLOR

calidad desde el principio!

Gestión
de calidad



c / saelles nº 3
46700 gandía
teléfono: 96 295 40 05
fax: 96 295 45 45
info@gramoflor.de
www.gramoflor.de