

AUXADI

WHITE PAPER

Las empresas españolas ante la internacionalización

Claves en la nueva normalidad





Índice

| | | |
|----|---|----|
| 1. | Perspectivas y oportunidades en la nueva normalidad | 6 |
| 2. | Diferencias y similitudes entre crisis. El contexto socio-económico | 8 |
| 3. | Previsiones posCoronavirus | 10 |
| 4. | Destinos de la internacionalización de las empresas españolas | 13 |
| | - Europa: la apuesta por un mercado común | 14 |
| | - América Latina: una apuesta por el futuro | 16 |
| 5. | La tecnología: clave en el proceso de internacionalización | 18 |
| 6. | Aspectos fiscales relevantes | 20 |
| 7. | El futuro tras el COVID-19 | 21 |





Vivimos en un mundo globalizado. Nadie duda ya que los intereses, las relaciones, las comunicaciones, las transferencias culturales y, en definitiva, todo lo que define al ser humano como ser social no conoce de fronteras. Este proceso de la globalización, que surge de forma casi innata al ser humano y que se desarrolla exponencialmente en las últimas décadas con el auge y democratización de los medios de transporte aéreos y el desarrollo de las nuevas tecnologías, se ha visto amenazada por dos hechos de la historia reciente: la crisis (financiera) de 2008, y la crisis (sanitaria) de 2020.

Curiosamente, estos dos fenómenos tienen su origen en situaciones muy similares por lo inesperadas. Y es que del mismo modo que nadie, o pocos, preveía la quiebra de Lehman Brothers, así como tampoco nadie tenía en sus planes para la década que se iniciaba hace unos meses el que un virus con incidencia local en un principio paralizase al mundo en su conjunto. En ambos casos lo que vino (o vendrá) después de estos sucesos es una recesión económica.

Pero todavía queda por ver las diferencias que habrá entre estas dos crisis. Ante estos eventos, más allá de las consecuencias humanitarias y personales que son evidentes y representan el drama más importante en este tipo de situaciones, las empresas se enfrentan a retos que van desde garantizar la continuidad de su actividad hasta aprovechar las oportunidades competitivas de futuro. Es aquí, precisamente, donde se pueden empezar a producir las diferencias entre 2008 y 2020.

Y es que, tras la situación motivada por la crisis financiera de 2008, las empresas españolas encontraron en la internacionalización una vía de crecimiento y alternativa al mercado interno, culminando así el proceso iniciado en la década de los 90. Por citar un dato a modo de ejemplo, desde 2009 hasta 2017 el dato de exportaciones de bienes y servicios en porcentaje del PIB nominal no paró de crecer. América Latina, por los tradicionales lazos y la existencia de un idioma común; Estados Unidos, por el tamaño de un mercado que mira con gusto todo lo que tenga el sello español; Europa, por razones obvias como miembros de la Unión Europea; o Asia y su imparable crecimiento en los últimos años han sido regiones en las que las empresas españolas han ido desembarcando con mayor o menor éxito.

Pero esta situación ha traído, también, oportunidades y un nuevo panorama del que las empresas pueden participar. Son numerosos los sectores que afrontan con fortaleza y oportunidades la nueva normalidad: ecommerce, salud, seguros, alimentación, telecomunicaciones, nuevas tecnologías como la IA o robotización. Y, los que se han visto afectados por el parón de actividad, están respondiendo a las necesidades y retos que la situación les está planteando. Por ello nos preguntamos: ¿cuáles serán las oportunidades a las que se enfrentarán las empresas españolas desde el punto de vista de la internacionalización?

En este nuevo White Paper que presentamos desde Auxadi, como firma de servicios profesionales experta en la gestión internacional de contabilidad, impuestos y nómina con presencia internacional a través de nuestras 16 filiales y operando en más de 50 países, intentaremos responder a las cuestiones que definen los retos y oportunidades a los que las empresas españolas se enfrentarán en el futuro más cercano en clave de internacionalización.



1. Perspectivas y oportunidades en la nueva normalidad

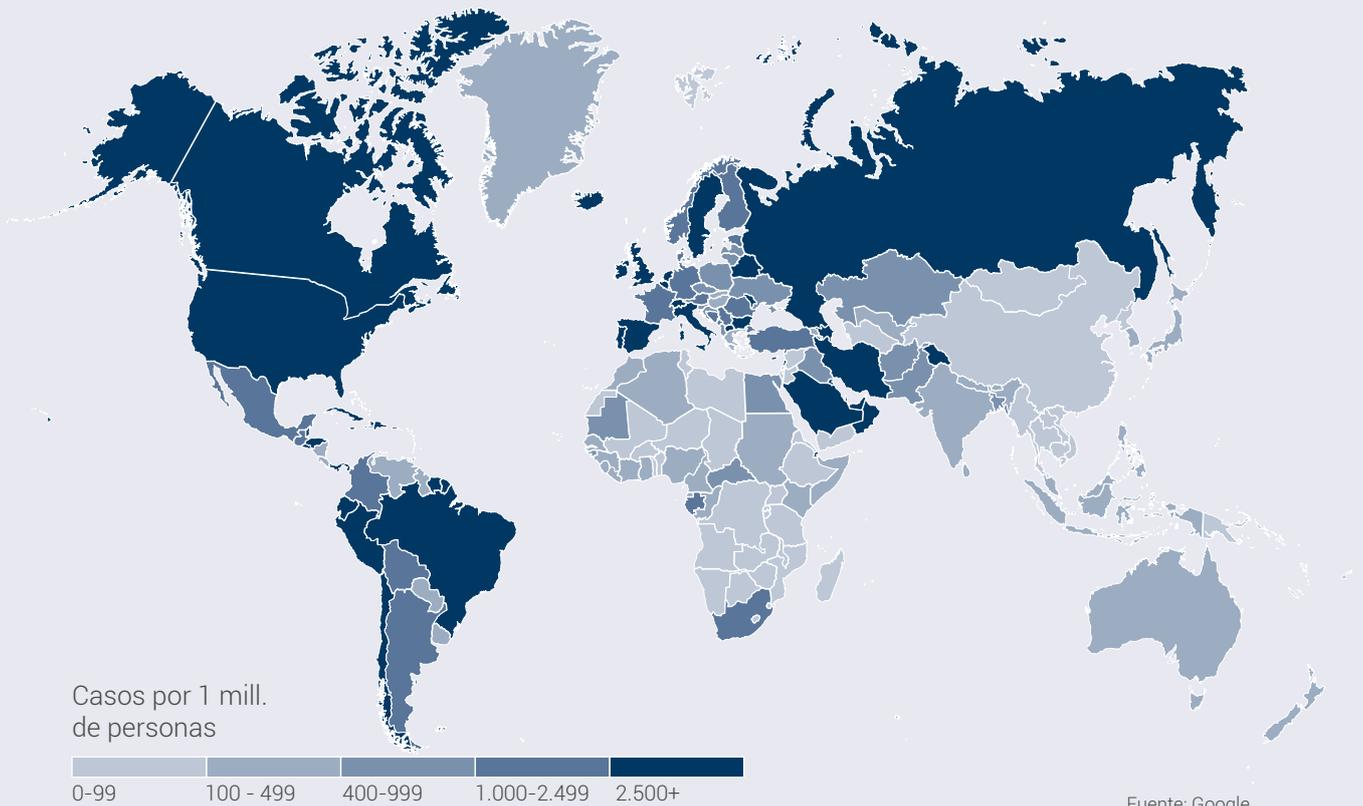
Lo primero que se debe destacar respecto a la situación motivada por el Corona virus es que cada país ha reaccionado de manera diferente. Aunque pueda parecer que, con el mundo en cuarentena, la actividad se detuvo de la misma manera en todas las partes del planeta, la realidad es diferente. En primer lugar, debido a que la afección de la enfermedad no ha sido igual en todos los países, ni se ha desarrollado con la misma virulencia, con lo que las medidas ejecutadas por los gobiernos también manifestaron sus particularidades.

La mejor prueba de ello es que mientras países como Italia o España han sufrido de forma especialmente incidente la pandemia del Coronavirus, otros vecinos como Portugal han pasado de forma más leve (medido en cuanto a número de infectados y fallecidos) esta situación. Mientras a un lado de la frontera

las calles lucían vacías y los negocios cerraban la puerta, al otro lado de la misma la vida continuaba con un poco más de normalidad.

Por supuesto, en este contexto entra también en juego la gestión precrisis que los diferentes gobiernos pusieron en marcha, así como

Mapa de la enfermedad por coronavirus (COVID-19)





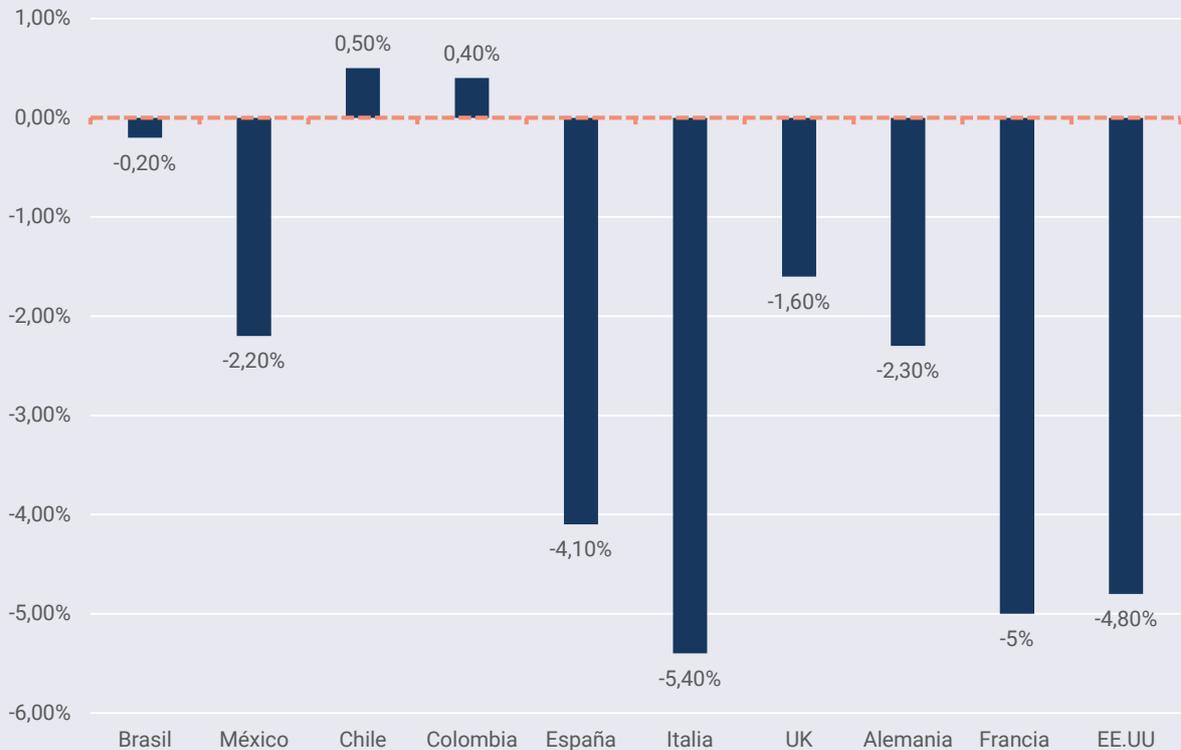
las decisiones llevadas a cabo cuando la enfermedad ya fue algo real. Países como Reino Unido, por citar un ejemplo, optaron por una estrategia más centrada en el mantenimiento de la actividad económica, por lo menos en los primeros compases.

Del mismo modo, la crisis del Coronavirus nos ha dejado ejemplos de excelente gestión y liderazgo, como puede ser el caso de Costa Rica. La rápida preparación (materializada a través de un confinamiento temprano), la contundencia en las acciones o el rastreo de los contagios son sólo algunas de las razones que explican el éxito que demuestran los datos registrados por el país. Un modelo que es heredero de los últimos diez años y que han servido a Costa Rica para ser bautizada como "la suiza centroamericana". Unas alabanzas que no se han quedado sólo en palabras sino también en hechos, ya que los países de la OCDE han invitado a Costa Rica a convertirse en el 38º miembro de la Organización.

En definitiva: el Coronavirus no ha impedido que muchos países mantuvieran un nivel de actividad cercano a la situación precrisis. Así, como podemos observar en el siguiente gráfico, y aunque, como es lógico, la caída en el PIB es notoria durante los meses de baja actividad, no se da en el mismo porcentaje en todos los países. Es por ello que, es interesante para nuestras empresas tener presente cuáles son los países que han logrado mantener su PIB a flote, ya que se encuentran en una posición de fortaleza para afrontar la recuperación y oportunidades que la nueva normalidad plantea.

Por tanto, podemos afirmar sin demasiado lugar a error que la internacionalización, por lo menos con base en los beneficios que estos procesos ofrecen a las empresas (optimización de costes, menor exposición a riesgos globales, mayores oportunidades...), también presenta para las empresas una ventaja competitiva en este 2020 y en el futuro.

Variación porcentual del PIB durante la crisis COVID-19 (Q1 2020)



Fuente: elaboración propia



2. Evolución del contexto socio-económico en la última década

Lo primero en que coinciden los expertos es que las dos crisis (la de 2008, que en España afectó con mayor incidencia en 2012, y la de 2020) son diferentes. Aunque las consecuencias de períodos de este tipo suelen ser similares, lo cierto es que no podemos establecer soluciones idénticas para dos realidades que no lo son.

Así, mientras que la crisis de 2008 fue financiera, la de 2020 es sanitaria. De hecho, un análisis publicado por BBVA Research¹ habla de la Gran Recesión, para referirse a la primera, y de la Gran Pandemia, para hacerlo respecto a la segunda. La cercanía entre ambas crisis también ha dado lugar a un contexto diferente en el que ahora, por ejemplo, las familias y empresas se caracterizan por un menor grado de endeudamiento, por citar una variable determinante a la hora de enfrentar situaciones de este tipo.

Quizás lo más diferencial respecto a la situación vivida durante los últimos meses, como explica el mismo artículo, es que como sociedad (como ya hemos mencionado previamente en este White Paper) no habíamos vivido un suceso de estas características durante los últimos cien años. En efecto, el desarrollo del Estado del Bienestar global, al calor del auge de la socialdemocracia, ha dado lugar a una anomalía en forma de bienestar y, especialmente, tranquilidad social en la mayoría del mundo occidental. Así, en las últimas siete décadas Europa ha estado exenta, generalizando, de grandes situaciones de agitación.

Esta es una de las razones por las que, como grupo, también somos una sociedad diferente² a la que enfrentó la crisis de 2008, lo cual es esencial y clave para comprender la realidad en la que se van a mover las empresas en lo que ha venido a ser bautizado como “nueva normalidad”. En 2008 éramos una sociedad que se enfrentaba por primera vez en mucho tiempo a una crisis. Ya no.

Además, debemos citar los cambios socio-culturales que han tenido lugar en los últimos

diez años. Desde el desarrollo de movimientos sociales como el feminismo o el movimiento LGBTQ+, pasando por otras corrientes que han explotado durante la crisis del COVID-19, como el movimiento Black Lives Matter y el debate social que se ha producido acerca de la problemática del racismo. Por tanto, en 2020 las empresas deben navegar las aguas de los cambios sociales.

En este contexto tampoco se puede olvidar la coexistencia generacional. Con un mundo occidental cada vez más abocado a la pirámide demográfica invertida, los más jóvenes (en concreto millennials y centennials) han sido afectados por esta crisis. Así, las empresas se enfrentan a una realidad con una sociedad más polarizada, en la que las desigualdades entre generaciones son mayores y en el que las diferencias también son más significativas, teniendo que sumar al proceso complejo de comprender los nuevos hábitos³, el añadido de entender dichas particularidades en un contexto de nueva realidad.

En cualquier caso, hay también similitudes en los contextos en los que se comenzó la década y en el que finaliza, de los cuales las empresas pueden extraer aprendizajes de la época 2008-2012 para aplicar ahora en 2020. Por ejemplo, como explica una nota publicada por Atlantic Council⁴, existen tres similitudes económicas básicas entre estas dos épocas, como son la incertidumbre, el colapso y la reacción. Con lo cual, las empresas llegan con la lección aprendida pues ya demostraron en el pasado su habilidad, mediante la internacionalización, para adaptarse a esta nueva situación.

1 <https://www.bbva.com/es/de-la-gran-recesion-a-la-gran-pandemia-diferencias-entre-la-crisis-de-2008-y-la-de-2020/>

2 <https://news.gallup.com/opinion/gallup/265490/major-social-changes-years-woodstock.aspx>

3 <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies>

4 <https://www.atlanticcouncil.org/blogs/new-atlanticist/can-we-compare-the-covid-19-and-2008-crises/>



Flujos Inversión Bruta de España en el Exterior (Miles de €) - Evolución del PIB Español



Evolución de las principales divisas (2008-2019)





3. Previsiones y oportunidades posCoronavirus

Una cuestión importante a definir en lo relativo a cómo las empresas españolas podrán salir de la situación motivada por el Coronavirus es analizar el estado en lo relativo a datos macro y micro de la economía y actividad de la misma.

En primer lugar, la incógnita que seguramente más preocupa a todas las empresas españolas que se encuentran a las puertas de la internacionalización es conocer el alcance de esta recesión, su duración en el tiempo y la forma en que saldremos de la misma. Especialmente importante en este asunto es si se cumplirá la famosa recuperación en V (como así parece que señalan las previsiones de organismos como el FMI). Si la evolución del PIB mundial finalmente alcanzase el 6 % en 2021, sin duda eso significaría un escenario más propicio para las empresas que cualquiera de las otras alternativas que se barajan ⁵.

Si se cumplen dichos pronósticos, uno de los primeros elementos a analizar es el país de destino de la inversión española en el extranjero, para intentar encontrar similitudes y diferencias entre estas dos crisis. Si analizamos el acumulado 2008-2019, en el listado de los principales quince países por flujo de inversión encontramos en las primeras cinco posiciones a Estados Unidos, Reino Unido, Brasil, México y Reino Unido (por regiones, Norte América, Europa y Latinoamérica son los principales mercados de preferencia de las empresas españolas cuando deciden salir al extranjero).

Un vistazo a la realidad geopolítica y a la gestión de la COVID-19 demuestra que la situación en 2020 es diferente a la que se produjo en 2008 para estos países, con lo cual la reacción de las empresas españolas esta vez podría ser diferente. En un momento en el que la internacionalización puede suponer una vía de recuperación y crecimiento, es importante tener en cuenta algunos aspectos: Estados Unidos se encuentra inmerso en plenas elecciones a la presidencia, a la vez que compite con China por ocupar el puesto de primera potencia mundial. Reino Unido se encuentra inmerso en el proceso del Brexit.

Esto por supuesto no significa que las empresas españolas no vayan a salir al exterior, si no

que destinos alternativos como Colombia (que está llevando a cabo importantes esfuerzos en materia de recepción de inversión extranjera en campos como el digital-start up) o Irlanda pueden empezar a cobrar mayor relevancia en los próximos meses. Si a esto sumamos los datos que organismos como el Banco Mundial ofrecen relativos a crecimiento en términos del PIB para países como Perú (7 % en 2021), Ecuador (4 %) o Chile (3 %), las opciones se incrementan.

Casi tan importante como el país de destino de la inversión española será el sector de actividad. A este respecto, es cierto que España habitualmente ha sido relacionada con sectores como el automovilístico (ya que representa el primer sector por exportaciones, una industria que ha sido de las más afectadas por esta situación, como demuestran los datos de la variación porcentual sufrida durante el primer trimestre de este año respecto a las cifras de 2019). Sin embargo, si hacemos uso de esta misma información, veremos datos realmente positivos sobre otros sectores como el hortofrutícola, el de productos cosméticos, la industria cárnica o la siderúrgica, que han crecido durante el primer trimestre del año respecto al mismo período del ejercicio anterior.

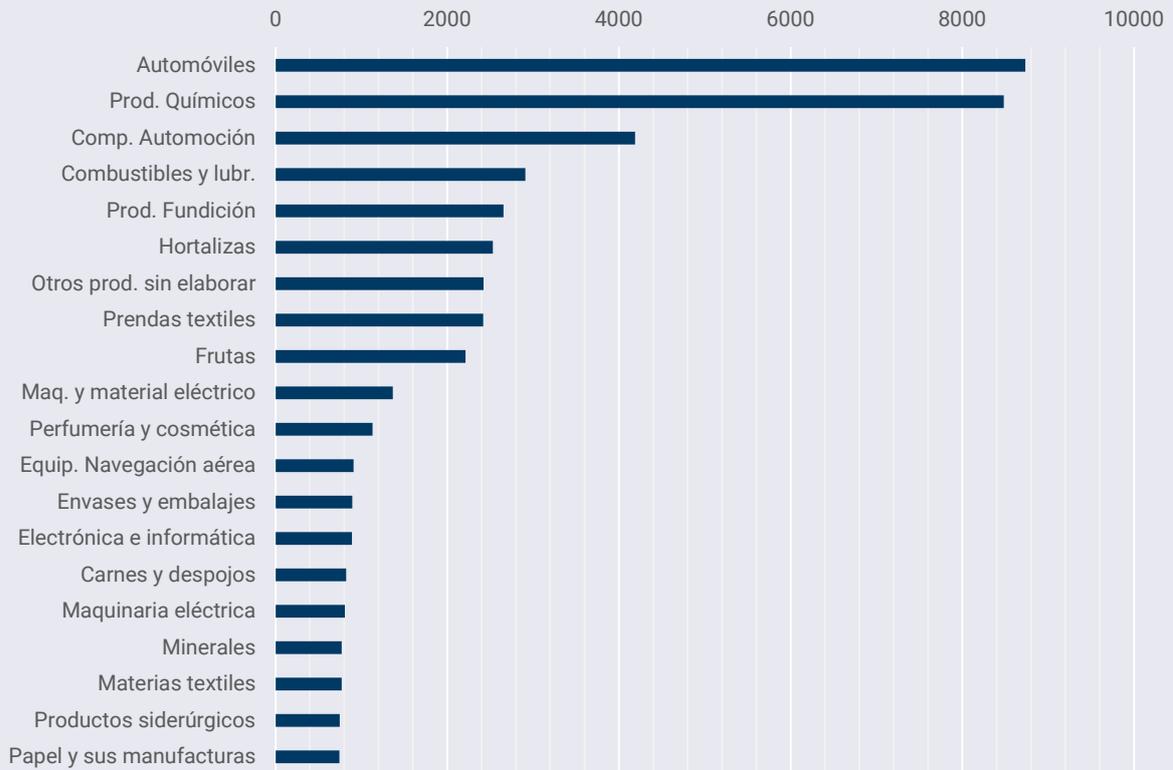
Además de estos sectores, la irrupción de la COVID-19 ha supuesto una oportunidad también para otras industrias como puede ser todo lo relacionado con el comercio electrónico, logística y distribución, sanitario, salud, asegurador... han visto revitalizados sus números durante los últimos meses, así como las perspectivas de crecimiento futuro.

En definitiva: con la experiencia acumulada, su posición geográfica, o las opciones que se abren tanto en materia de sectores como de nuevos mercados a los que acceder, las empresas españolas se encuentran en una posición positiva para continuar la tendencia creciente en materia de internacionalización de los últimos años. Lo cual nos lleva a descifrar la siguiente incógnita: ¿dónde deben desembarcar estas empresas?

⁵ <https://fortune.com/2020/06/07/economic-recovery-coronavirus-u-shape-check-mark-square-root-swoosh-stock-market-unemployment/>



Exportaciones por sector



Fuente: ICEX



Fuente: ICEX





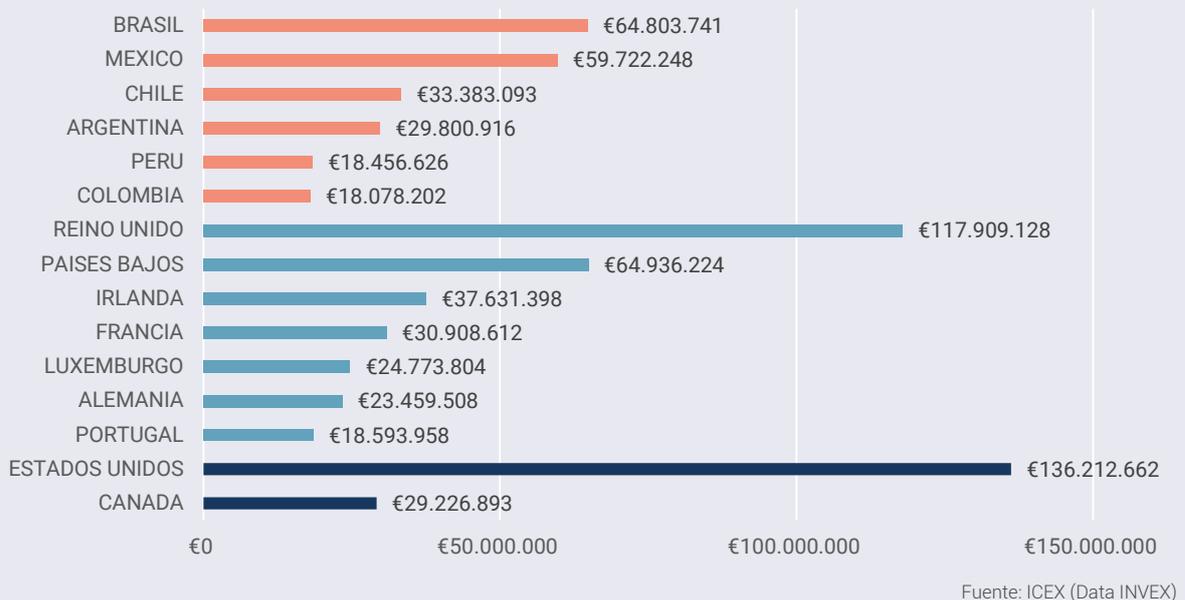
4. Destinos de la internacionalización de las empresas españolas

Estados Unidos y Canadá, América Latina y Europa han sido las regiones que, desde el inicio de la pasada crisis financiera de 2008, han recogido el mayor porcentaje de inversión española en el extranjero. ¿Se producirá la misma tendencia tras la situación que estamos viviendo en 2020? Para responder a esta pregunta, es necesario analizar el presente y futuro de cada una de estas zonas para intentar comprender hacia donde se encaminan estos mercados una vez alcanzada la nueva normalidad.

Flujos de Inversión Bruta en el Extranjero por regiones



5 países con más inversiones recibida directa (Top 15. Acumulado 2008-2019)

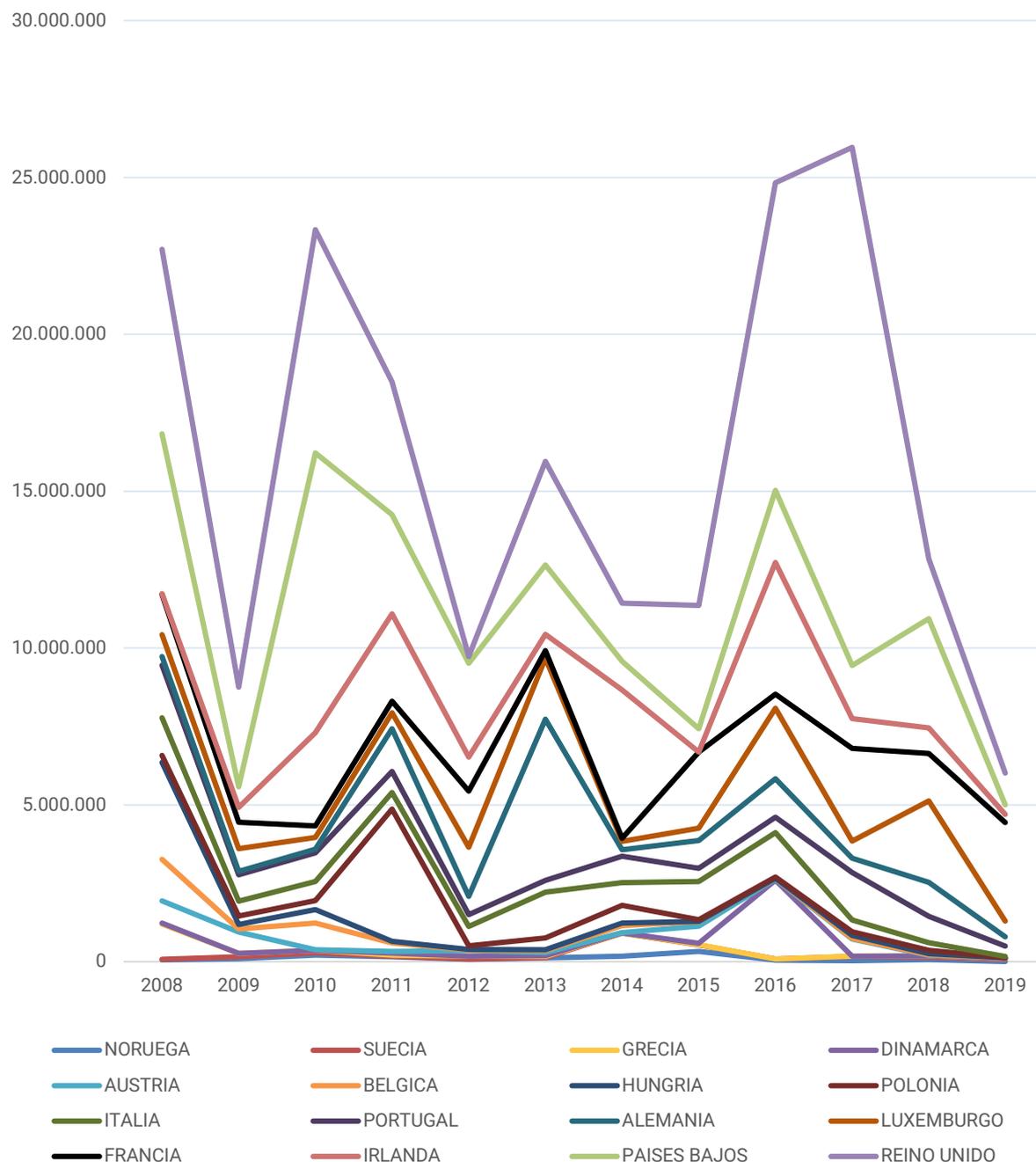




Europa: la apuesta por un mercado común

Conforme el avance de la enfermedad se fue produciendo, y el foco se trasladó a otras zonas, Europa ha vuelto a aparecer como un actor de peso en el tablero de juego de la internacionalización. Aunque todavía quedan cuestiones por dirimir en la ecuación (por ejemplo, la disparidad de visiones para el modelo comunitario que defienden los países del norte respecto a los países del sur), estas son algunas de las claves para internacionalizarse en Europa:

Evolución de la Inversión directa en Europa



Fuente: ICEX (Data INVEX)



Independientemente de cualquier crisis o contingencia, las empresas españolas siguen formando parte de un mercado único formado por 27 países, con moneda única en 19 de ellos y con 446 millones de potenciales compradores. Todo ello bajo el contexto de la seguridad jurídica e institucional, con la figura del Banco Central Europeo como mayor garante.



LA UNIDAD COMO FORTALEZA



MERCADO ÚNICO DIGITAL

Derivado de lo anterior, Europa también está llevando a cabo importantes esfuerzos en materia de implantación del Mercado Único Digital. Una estrategia iniciada en 2015 y en la que se han dado importantes pasos como el fin de la itinerancia de datos móviles, las nuevas normativas en materia de protección de dato o iniciativas conjuntas como la inversión en la construcción europea de superordenadores.

Podríamos decir que un país es tan fiable como lo es su estructura financiera y bancaria. En este sentido, Europa ha salido todavía más reforzada en al respecto de la crisis de 2008. La supervisión del ya mencionado Banco Central Europeo a las diferentes entidades bancarias, así como las nuevas normativas de riesgos y disponibilidad de capital son sólo algunos ejemplos del esfuerzo realizado por Europa al respecto. Por poner un ejemplo, en un contexto marcado por el descenso del endeudamiento (por parte de familias y empresas), las entidades bancarias se han mantenido durante la crisis del Coronavirus como apoyo financiero a la sociedad, a diferencia de la anterior crisis⁶.



APRENDIZAJES PASADOS



PLAN DE RECUPERACIÓN

El pasado 23 de abril, los líderes europeos dieron luz verde al plan de recuperación para Europa, con el compromiso de poner en marcha una iniciativa que mitigase las consecuencias de la crisis COVID-19. Un mes después se presentaba el contenido de este plan, que incluye un presupuesto de 1.100.000 millones de euros para el período 2021-2027, así como el fondo 'Next gen EU', conformado por 750.000 millones de euros⁷.

Continuando con lo anterior, y por encima de promesas, Europa está dando pasos importantes en lo relativo con el objetivo de convertirse en el primer continente climáticamente neutro, en forma de hoja de ruta para dotar a la UE de una economía sostenible. Presentado en diciembre del pasado año, en los últimos meses se han producido avances al respecto como la presentación de la estrategia sobre Biodiversidad para 2030 o un plan de acción para la Economía circular⁸.



NEW GREEN DEAL



BENEFICIOS FISCALES PARA I+D

Aunque con particularidades y diferencias entre países, Europa cuenta en muchos de sus países con ventajas fiscales para empresas que inviertan en Investigación y Desarrollo⁹, posicionándose como una región de interés para empresas con interés en el establecimiento internacional.

6 <https://www.europapress.es/economia/finanzas-00340/noticia-goirigolzarri-destaca-fortaleza-banca-ayudar-economia-enfrentar-crisis-20200421214949.html>

7 <https://www.consilium.europa.eu/en/policies/coronavirus/>

8 https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_es

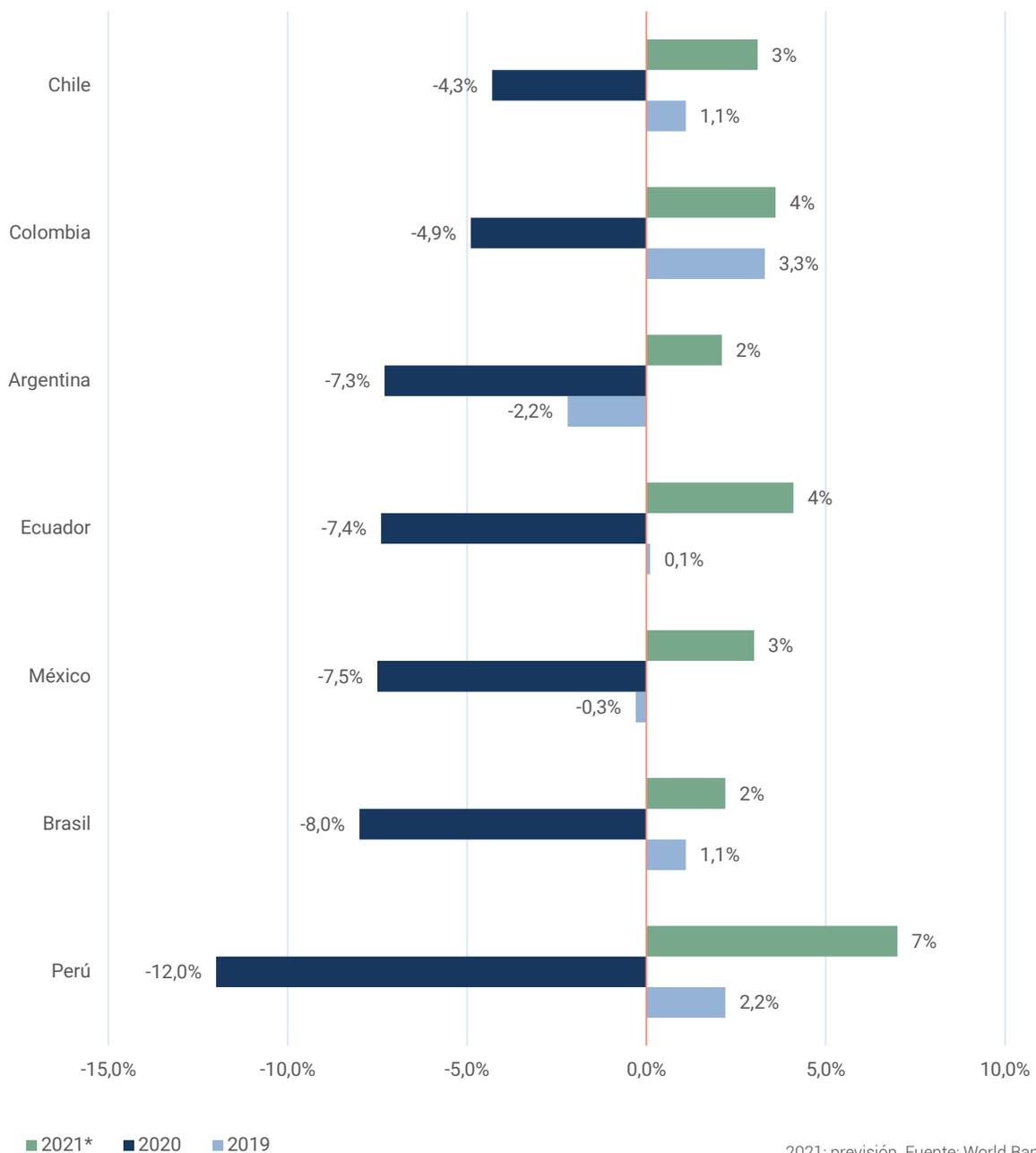
9 <https://www.oecd.org/sti/rd-tax-stats-compendium.pdf>



América Latina: una apuesta por el futuro

Antes del COVID-19 nadie dudaba que Latam era un destino muy atractivo como escenario de internacionalización, especialmente para las PYMES españolas. Con unas previsiones de crecimiento en términos de PIB que alcanzaban el 3,5 % para algunas de las principales economías , y un tejido empresarial formado por pequeñas y medianas empresas (en países como México este tipo de compañías superan el 75 % del total), la duda por resolver es cómo responderá la región en los próximos meses. Estos son algunos argumentos a favor:

Impacto de la pandemia en el crecimiento del PIB en América Latina





TAMAÑO DE LA OPORTUNIDAD

América Latina sigue representando un mercado de más de 650 millones de habitantes, formado por más de 20 países. Pese a las diferencias notables que pueda existir por regiones, como es obvio, la existencia de una lengua común y una cultura con rasgos similares, sigue siendo una ventaja competitiva especialmente de cara a las empresas españolas. Su presencia a las puertas de Estados Unidos y su especial conexión con la ciudad de Miami como HUB de empresas estadounidenses con intereses en la región, son otros de los factores.



EL BUEN HACER DE ALGUNOS PAÍSES

Aunque ya mencionado previamente en este informe, no hay que olvidar la positiva gestión de la COVID-19 de muchas de los países que conforman la región de América Latina, como ha sido el caso de Costa Rica, Chile¹⁰, Argentina (con un largo confinamiento adelantándose a los acontecimientos), Uruguay o Perú (países estos reconocidos mediante la aprobación presidencial de sus ciudadanos¹¹).



REFORMAS ESTRUCTURALES

Avances en la agenda de reformas estructurales relativas a educación, innovación, cuestiones sociales. Aunque 2019 estuvo marcado por el fenómeno que algunos han venido a bautizar como Suraméxit, o primavera suramericana¹², el debate sobre la necesidad de avanzar en materia de reforma e inclusión social está sobre la mesa, con cuestiones que van desde la igualdad de género pasando por la Agenda 2030¹³, hasta la urgencia de preparar el país para prepararse y anticiparse a la cuarta revolución industrial. Con la mayoría de países de América Latina y el Caribe encuadrados en la categoría de 'Países de Renta Media'¹⁴, el continente jugará un papel determinante en el futuro.



VENTAJAS COMPETITIVAS

Los países de la región están haciendo esfuerzos también por atraer inversión en el campo de la tecnología. Para ello, países como Colombia están ofreciendo ventajas tributarias para el sector de las TI¹⁵; otros como México, Ecuador o Argentina también han legislado nuevos sectores como el de las plataformas de entretenimiento digital.



NUEVAS TECNOLOGÍAS

Desarrollo en el campo de las nuevas tecnologías. Todo lo comentado hasta el momento tiene su reflejo en datos como los que refleja el estudio 'Annual Review of Tech Investment in Latin America', publicado por LAVCA¹⁶, que demuestra como la inversión de capital en tecnología en América Latina ha crecido durante los últimos años, doblándose anualmente. Tanto por la inversión en este campo, rondas de financiación, número de empresas 'Unicornios' que surgen anualmente... América Latina goza del interés de los inversores. Además, datos como la penetración del e-Commerce o del uso de smartphone demuestran un mercado maduro y con consumidores listos para potenciar el desarrollo de estos sectores.



10 <https://www.elindependiente.com/opinion/2020/04/29/chile-un-ejemplo-de-buena-gestion-de-la-crisis/>

11 <https://www.atrevia.com/actualidad/informe-regional-covid-19-en-latam-16-04/>

12 <http://agendapublica.elpais.com/suramexit-y-desintegracion-latinoamericana/>

13 https://www.fundacioncarolina.es/wp-content/uploads/2020/02/DT_FC_29.pdf

14 <https://www.cepal.org/notas/74/Opinion.html>

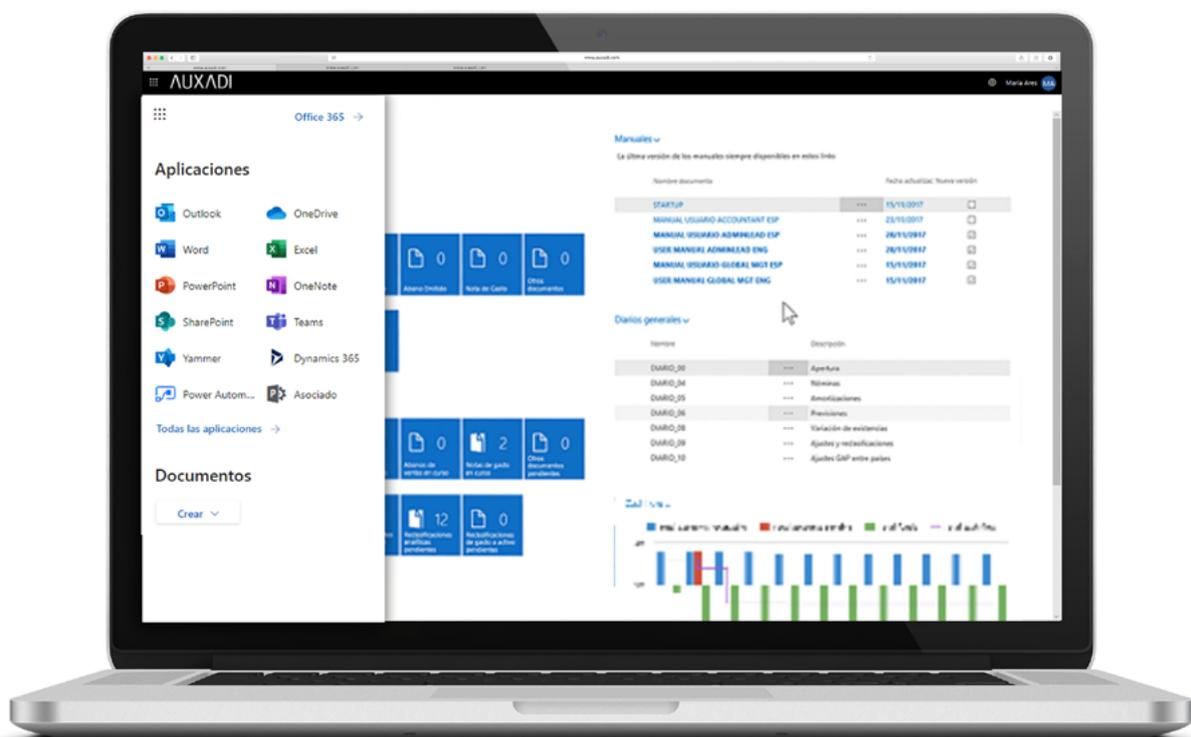
15 <https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Micrositios/Beneficios-Tributarios-para-el-sector-TI/>

16 <https://lavca.org/industry-data/inside-the-4th-consecutive-peak-year-lavcas-annual-review-of-tech-investment-in-latam/>



5. La tecnología: clave en el proceso de internacionalización

Si hablamos de internacionalización, es esencial hacerlo también del impacto de las nuevas tecnologías en este proceso y la oportunidad y ventaja competitiva que representan. Hoy en día nadie puede dudar que la clave en estos procesos pasa por las nuevas tecnologías, y a ese respecto las empresas españolas tienen recorrido ganado debido a la intensa penetración de lo digital y, en concreto el comercio electrónico en dicho país.



Según datos del Anuario del eCommerce de IAB Spain, un 71 % de los internautas españoles afirman comprar, lo cual demuestra la penetración de este sector. Además, según otro informe elaborado por Boston Consulting Group, el tamaño de la economía digital en España se aproximó al 19% del PIB en 2019¹⁷. Son sólo dos datos pero que reflejan la importancia que el mundo digital tiene ya en este país y, por tanto, para las empresas españolas.

Sin embargo, acompañar el proceso de internacionalización de las empresas de una estrategia de digitalización y transformación supondrá un aspecto clave si quieren afrontar con éxito los

retos que la expansión a otros países supone, que se podrían cifrar como:

- Diferencias culturales y de idioma
- Distancia física y diferentes usos horarios
- Existencia de múltiples tecnologías a lo largo del proceso
- Heterogeneidad en la presentación de datos, información, reporting, etc.
- Legislación específica en cada mercado
- Número de actores presentes en el proceso

Por ello, el CFO, CEO, CTO o cualquier otro perfil que lidere la internacionalización y tecnología debe tener en cuenta los siguientes aspectos:

¹⁷ <https://www.adigital.org/la-economia-digital-ya-representa-un-19-del-pib-en-espana/>



TRANSFORMACIÓN CULTURAL

- Los procesos de digitalización son procesos más de cambio cultural que de transformación digital. Las organizaciones que quieran afrontar con éxito procesos de internacionalización deben tener previamente la seguridad de que su cultura corporativa está enfocada hacia lo digital. Y que, en este proceso, el talento interno está alineado con este objetivo. Para ello es necesario que toda la organización mire en la misma dirección y que sea un proceso empujado desde el C-level hasta todos los niveles de la organización.



LA IMPORTANCIA DEL DATA

- Para poder superar con éxito los procesos de internacionalización es imprescindible contar con toda la información (en forma de datos) posible de manera centralizada, inmediata y veraz. La tecnología permite eliminar todas las barreras al respecto y garantizar el control de estos insights, que a su vez facilitarán la toma de decisiones.



FACILITAR Y UNIFICAR LA EXPERIENCIA

- Sin embargo, no es suficiente con la mera presencia de la tecnología para garantizar que no se produzcan desajustes de cualquier tipo. Tanto las particularidades legislativas, por citar un ejemplo, como la existencia de múltiples tecnologías a lo largo del proceso, así como las propias dificultades inherentes a la realidad del mismo (diferencias horarias, por ejemplo), convierten casi en obligatorio la necesidad de una experiencia de usuario unificada. Contar con una única solución tecnológica que permita aglutinar toda la información necesaria, puede suponer una ventaja competitiva a la hora de liderar estas estrategias.



UN MODELO QUE POTENCIE EL PROCESO

- En cualquier caso, la tecnología sin un modelo que guíe la internacionalización es una iniciativa compleja y con muchas más trabas a lo largo del camino. Para ello, el modelo debe estar pensado para superar los retos que comentábamos al inicio de esta sección. Debe facilitar los procesos de interlocución (complejas debido al número de actores implicados), reducir las distancias físicas y horarias, garantizar el cumplimiento normativo en cada país, etc.



SOCIOS DE NEGOCIO CONFIABLES

- Los procesos de internacionalización conllevan tiempo y capacidad de adaptación para sobrellevar las múltiples particularidades e idiosincrasias de cada uno de los mercados en los que se opere.



6. Aspectos fiscales relevantes

En un proceso de internacionalización, típicamente la fiscalidad se configura como un elemento clave para poder definir adecuadamente tanto las rentabilidades y retornos esperables de las inversiones, como la capacidad de utilizar y mover adecuadamente el cash-flow generado en las diversas localizaciones en las que los grupos operan y obtienen sus ingresos.

A su vez, se enmarca en un entorno de creciente interés y escrutinio por parte de múltiples stakeholders, que se amplía desde los más tradicionales, como los Gobiernos y Autoridades fiscales locales de las diversas jurisdicciones en las que se opera, a otras muchos como la propia opinión pública, los medios, ONGs, y otras diversas instituciones interesadas en conocer al detalle la aportación tributaria de las empresas, para poder valorarla con una visión normalmente crítica.

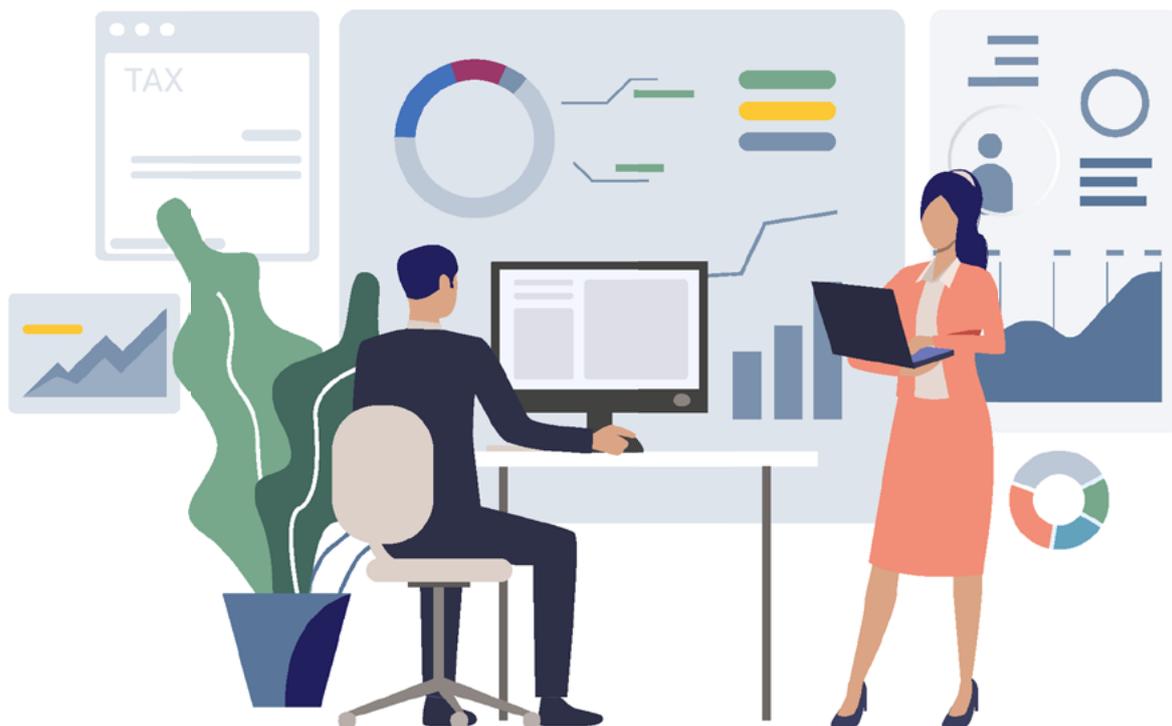
En este contexto, la falta de cumplimiento con las obligaciones fiscales, aparte de los riesgos y costes directos en forma de sanciones económicas que esto ocasiona, puede suponer un importante menoscabo reputacional que acabe impactando en las cuentas de resultados de los Grupos.

Es por tanto totalmente imprescindible disponer de los recursos necesarios y el conocimiento

actualizado en materia fiscal local, para, de manera centralizada, poder controlar los riesgos y oportunidades en cada jurisdicción en la que se opera, pero sin perder la visión de conjunto que dote de sentido a todo el modelo de negocio.

Es imprescindible disponer de los recursos necesarios y el conocimiento actualizado en materia fiscal local, para poder controlar los riesgos y oportunidades en cada jurisdicción

Aquí, de nuevo, la tecnología se configura como el gran aliado y soporte en esta labor de control y monitorización del cumplimiento fiscal global en los grupos.





7. El futuro tras el COVID-19

Tras haber superado ya lo peor de la enfermedad (el 21 de junio finalizó el Estado de Alarma' en todo el territorio nacional), e instalados en la fase bautizada como 'nueva normalidad', las empresas españolas se encuentran ante el gran reto: continuar la tendencia desarrollada durante los últimos años en materia de internacionalización y afianzar su posición y crecimiento.

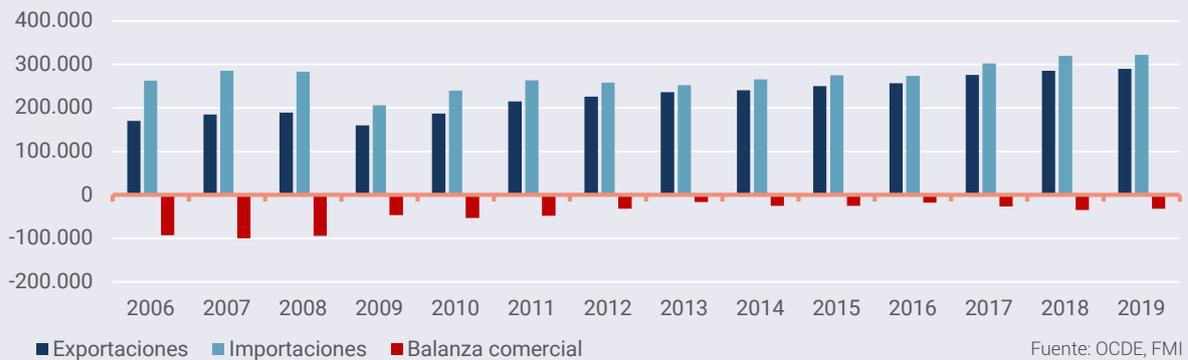
Como hemos podido comprobar a lo largo de este documento, el tejido empresarial español cuenta con la expertise, el talento y el know-how necesarios para alcanzar exitosamente las oportunidades que la internacionalización ofrece.

Por el camino, quedan retos importantes. Desde la necesidad de alinearse todos los estamentos y stakeholders involucrados en este proceso (gobierno, organizaciones nacionales y supranacionales, comercio exterior,

asociaciones empresariales...), pasando por lograr el consenso y diálogo empresarial necesario para la toma de decisiones que favorezcan este proceso; pasando por decisiones de igual calado estratégico como la apuesta por el talento dentro de las organizaciones, imprescindible en esta clase de procesos.

De todo esto, y más, dependerá que la internacionalización sea clave para el futuro de las empresas españolas.

Balanza Comercial España 2006-2019



Evolución del PIB Mundial y previsiones 2020-2021





Toda la información está actualizada a día 15 de julio de 2020. Este contenido ha sido preparado como guía general sobre asuntos de interés únicamente, y no constituye asesoramiento profesional. En ningún caso se debe actuar en base a la información contenida en este documento sin obtener asesoramiento profesional específico. Ninguna representación o garantía (expresa o implícita) se da en cuanto a la exactitud o integridad de la información contenida en estas páginas, y, en la medida permitida por la ley, AUXADI no acepta o asume ninguna responsabilidad o deber de cuidado derivado de cualquier consecuencia que usted o cualquier otra persona que actúe, o se abstenga de actuar, en confianza en la información contenida aquí o por cualquier decisión basada en el mismo.



Librería descargables

Consulte en nuestra web todos nuestros manuales técnicos y materiales corporativos:

>>> <https://www.auxadi.com/libreria-descargables/>

ÚLTIMOS TÍTULOS PUBLICADOS



COVID-19. Una visión internacional

Compendio de las principales medidas en materia fiscal y gestión de nómina en 35 países en Europa y Américas



ERTEs ante el COVID-19. De España a EE.UU. y Latinoamérica

Claves de los procesos de Suspensión Temporal de Contratos



Distressed Real Estate Investments and Opportunities in NPLs

From Luxembourg to Southern Europe

Making life easier
for our clients



auxadi.com