



COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

Jueves, 07 de Octubre de 2010

Estrategia Empresarial (Junio 2008)

IMPRIMIR LA NOTICIA

ESTA NOTICIA EN JPG

Entrevista a Rafael Cascales, director general de CASICO

“Los mercados chino e indio son pilares básicos en una estrategia de internacionalización ambiciosa”



China e India son los destinos con mayor potencial para la inversión e implantación de empresas extranjeras. Desde hace tres años, en este proceso ayuda Casico. Hoy, la compañía se ha afianzado en el mercado como resultado de la conjunción de demanda, oportunidad y experiencia, y cuenta con una amplia cartera de clientes y colaboraciones.

En momentos de recesión económica, ¿qué ofrecen los destinos asiáticos como estrategia empresarial?

La situación económica es convulsa en todo el mundo y no es fácil dar unas directrices maestras. Sin embargo, el empresario español debe concienciarse de que los mercados exteriores en general, y el chino e indio en particular, deben ser pilares básicos en una estrategia empresarial ambiciosa. China ahora, e India dentro de unos años, deben ser el destino de todo el conocimiento que atesoran nuestras empresas. Estos mercados tienen potencial de crecimiento, tanto cualitativa como cuantitativamente, y el que no esté allí sufrirá.

¿En qué tipo de servicios se divide la actividad integral de Casico?

En Casico somos asesores de comercio exterior y cubrimos un amplio espectro de actividades relacionadas con la internacionalización. Damos soluciones concretas para problemas concretos y nuestra respuesta es diferente en cada situación. Aportamos desde planificación y análisis financieros, a contactos en Asia para desarrollo de negocio, sourcing de partners y proveedores, o ejecución de estudios comerciales y estratégicos para proyectos, tanto en el exterior como en España. Todo ello principalmente en los sectores de la distribución, el industrial y el inmobiliario.

China es una potencia emergente muy atractiva para invertir. Háblenos de la situación económica real del país y su relación con las empresas españolas.

China lleva creciendo en dos dígitos más de diez años. Sin embargo, está empezando a converger con EE.UU. y Europa en materias civiles y medioambientales. Tiene que cambiar su política monetaria y debe atajar sus brutales diferencias entre zonas rurales e industriales. A largo plazo perderá competitividad, pero ganará en equidad y estabilidad, lo que le llevará, probablemente, a ser el líder económico mundial dentro de 50 años. En la actualidad, España y China son países amigos y nuestra presencia empresarial es creciente, aunque insuficiente.

¿Cuáles son los principales avatares a los que puede enfrentarse una empresa española en su proceso de internacionalización en los países asiáticos?

Si hablamos de China, dificultad para analizar el mercado por su dimensión, complejidad y dinamismo. También mucha burocracia, en todos los aspectos administrativos y del día a día, y un marco legal difuso y cambiante. Pero lo principal es que cada empresa analice su situación y, con asesoramiento, elabore una estrategia específica y tenga paciencia en la consecución de los objetivos.

Casico

www.casico.es - info@casico.es

[aviso legal](#)