

Ayudar a las pymes a abrir mercado fuera de España

Cremades y varios emprendedores se lanzan al 'outsourcing' de bajo coste en exportación

Exportar es cosa de un ramillete selecto de empresas y ayudar a las pymes a abrir mercado fuera de España puede ser todo un nicho de negocio que vuelve a estar de actualidad a la vista de la merma de la demanda interna.



J. F. Magariño - Madrid - 12/07/2011

Así lo ha visto un grupo de emprendedores, incluido el despacho de abogados Cremades & Calvo Sotelo, que ha relanzado la firma Interamex para ofertar servicios de outsourcing para la exportación a pequeñas y medianas empresas.

Al frente se ha puesto Gonzalo Mijangos, consultor con experiencia en la entidad estatal Focoex -posteriormente Expansión Exterior-, en el Instituto Nacional de Industria o en el Gobierno vasco. Como fundador, y junto a su familia, Mijangos controla el 78% de la nueva Interamex. Juan Manuel Peña, procedente del sector de la ingeniería y gestión hospitalaria, tiene un 14%, y Cremades & Calvo Sotelo posee el 6% restante.

La oferta pasa por proveer a las pymes de un departamento de exportación externo y de bajo coste -1.000 euros mensuales en el arranque-, supliendo la falta de profesionales cualificados.

Según datos que maneja Interamex, de los tres millones de empresas censadas en este país, solo el 3,3% vende sus productos o servicios en el exterior. Una cuota que baja hasta el 1,18% cuando se pregunta por las que han exportado con cierta regularidad en los últimos cuatro años.

Su plan de negocio contempla la captación de un centenar de clientes en dos años y facturar más de tres millones en ese plazo. El modelo reside en cobrar una cuota fija durante la implantación y, posteriormente, una comisión sobre las ventas conseguidas, que varía en función de sectores y productos.

La primera fase (de unas tres semanas) cubre desde el análisis de la capacidad exportadora de la pyme hasta la selección de mercados potenciales y una adaptación de la comunicación corporativa. A partir de ahí, Interamex puede profundizar en la negociación con clientes y en el montaje de la red comercial. Los primeros pedidos deberían llegar, según la consultora, en un plazo no superior al medio año.

Interamex surge a principios de la pasada década como portal de exportación. Una experiencia que ya apoyó Cremades a través de su incubadora legal para empresas en la red creada en 2000.