Publicado en Ciudad de México el 07/12/2021

# [De empresa local a internacional por Juan Manuel Ponce Díaz](http://www.notasdeprensa.es)

## Un interesante artículo de Douglas Quackenbos titulado '¿Tiene tu empresa lo necesario para ser global?', plantea aquellos aspectos que generalmente se han de tener en cuenta de un país para poder decidir invertir en él y convertir una empresa local en una internacional

 La experiencia obtenida por Juan Manuel Ponce Díaz en Bepensa Bebidas, embotelladora de The Coca-Cola Company en los estados mexicanos de Yucatán, Quintana Roo y Campeche, para invertir en República Dominicana, sin duda modifica la forma de cómo se solía ver la acción de invertir capital fuera del país. En el año 2006, la empresa Bepensa compra la empresa Refrescos Nacionales C. por A., la embotelladora de Coca-Cola en la Republica Dominicana con el 50% del mercado en aquel país. Una decisión estratégica que traería sus frutos más adelante gracias a la visión innovadora del señor Juan Manuel Ponce Díaz. Actualmente, Bepensa Dominicana, con la planta en Santo Domingo, cuenta con 4 centros de distribución que cubren la mayoría del país, desde Punta Cana al este del país, hasta el noroeste de la República, en Santiago de los Caballeros. Con 12 marcas que engloban 130 productos, Bepensa Dominicana se ha convertido en un aliado estratégico para el desarrollo industrial y socioeconómico del país. "No ha sido fácil", explica Juan Manuel Ponce Díaz. El caso Quackenbos, demuestra que, al planificar la internacionalización de una empresa, se acostumbre tomar como plataforma en la toma de decisiones, las tendencias económicas y de mercado en el país; que el PIB esté en crecimiento al igual que la clase media y sus ingresos, además de existir una demanda bien entendida por el producto o productos que se pretenden comercializar. Pero eso no es todo. Aún con todas las características anteriores en orden y alineadas con las estrategias de la empresa, siempre existirán factores externos que no se habían anticipado, desde movimientos en el comportamiento de los mercados, competidores más agresivos de lo calculado e incluso complejidades operativas que se desconocían. Es necesario, y ahí es donde radica la riqueza de lo publicado por Quackenbos, se tomen en cuenta las 7 características necesarias para incrementar la probabilidad de éxito: La actitud de la empresa. Es decir, que la expansión internacional sea un tema prioritario en el plan de desarrollo de compañía. La aptitud. Es el conocimiento de los productos, los competidores y el entorno del negocio; además de las habilidades necesarias para establecer un plan y llevarlo a cabo. La magnitud, que es el conocimiento para alinear las oportunidades en el mercado internacional con las capacidades reales de la empresa. La latitud, en el sentido de la palabra relacionado con la amplitud del margen de maniobra y la habilidad para adaptar las políticas y prácticas a las oportunidades existentes. La rectitud, que son las prácticas éticas y legales de la empresa en el contexto del mercado internacional donde se pretende ingresar. La exactitud, que es el grado de tolerancia a manejar la incertidumbre financiera y de mercado y; La fortaleza, que es necesaria para mantener el compromiso de internacionalizarse, aun ante escenarios adversos. "No cabe duda - explica el señor Juan Manuel Ponce Díaz - que agregar estas 7 características y su clara descripción y alcance en la plataforma de decisión para expandir el negocio más allá de las fronteras nacionales, consigue fortalecer el desarrollo, además de apoyar en el sostenimiento de la cultura y capacidades que cualquier empresa requiere para alcanzar el éxito internacional".

**Datos de contacto:**

Sarbient Gomez

693345678

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/de-empresa-local-a-internacional-por-juan](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Finanzas Emprendedores Actualidad Empresarial



[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)