

mundo global

“La empresa exportadora deberá reevaluar mercados y revisar sus prioridades”

Esther Berasategui, directora general de Exportise

> INTERNACIONALIZACIÓN

■ La empresa de consultoría en comercio exterior Exportise, de Vitoria-Gasteiz, trabaja desde hace más de 20 años con empresas alavasas de muy distintos sectores, compartiendo con ellas el viaje a la internacionalización y su implantación en el exterior. Son, en su mayoría, pymes orientadas a la automoción, al ferrocarril, a la sanidad y a la construcción, cuya actividad exportadora se encuentra ahora seriamente afectada como consecuencia de la crisis sanitaria, con caídas muy importantes en la cartera de pedidos y en la facturación. Y con un futuro poco alentador. Como afirma Esther Berasategui, fundadora y directora de Exportise, “lo malo está por llegar. La incertidumbre es total”.

¿La crisis financiera de 2008 no preparó a la empresa exportadora para lo que ha venido ahora?

Aquella no tiene nada que ver con la actual. Entonces había oportunidades importantes en los países de nuestro entorno y más lejos también. Aunque costó, eso nos ayudó a salir de la crisis y nos reforzó en estrategias, conocimiento, niveles de calidad... Fue algo positivo. Sin embargo, cómo encarar la internacionalización en este momento es muy complicado, porque aún estando mejor preparadas, el contexto es muy diferen-

te. Además, el Covid-19 ha supuesto un cambio de mentalidad. Había tendencias que se veían venir: la globalización y su sostenibilidad a futuro se estaban poniendo en cuestión. Se va a acelerar el acortamiento de las cadenas globales de valor, se va a reforzar la producción de proximidad, habrá más proteccionismo, cuestiones que habrá que tener muy en cuenta.

¿A pesar de todo hay que seguir tratando de exportar?

Rotundamente sí, por supuesto. Tenemos que seguir haciendo este esfuerzo. Lo único que hay que hacer es reevaluar los mercados objetivo a los que nos dirigimos, estudiar la situación sanitaria y económica de cada país, revisar las prioridades geográficas de internacionalización, estudiar los destinos, valorar si se mantienen los mismos o se prospeccionan nuevos, reorientar si es preciso la estrategia de internacionalización, estudiar las mejores vías de acceso a esos nuevos mercados, sus posibles barreras económicas y técnicas para, posteriormente, establecer un plan comercial. Ahora más que nunca es importante ser competitivo, lo que no significa ser barato sino estar en precio de mercado. El problema es cómo llegar a ese precio.

¿Empresas especializadas como Exportise pueden ayudar a salvar escollos?



“**En este momento hay urgencia por ser efectivos y recuperar mercado. No hay tiempo para el ensayo y error”**”

Desgraciadamente no es un camino corto y las empresas en estos momentos tienen prisa. No hay tiempo para el ensayo y error, sino una urgencia por ser efectivos. Para eso es necesario contar con profesionales con una experiencia contrastada que sepan moverse en este ámbito. El Gobierno vasco ayuda a financiar este tipo de servicios con programas como Zabaldu o Sakondu, muy interesantes precisamente para hacer una revisión de prioridades geográficas y poner en marcha una estrategia de internacionalización. Para empre-

sas pequeñas que no cuentan con recursos humanos internos que gestionen la internacionalización está también el programa Profex, gestionado por las Cámaras vascas, que pone a su disposición profesionales a tiempo parcial. Líneas de apoyo muy complementarias a las que yo aconsejo acudir.

¿En qué medida se ha visto afectada su propia empresa por la crisis sanitaria?

El estado de alarma nos ha afectado mucho, con una caída de la facturación de casi un 50% en tres meses. Pero en toda crisis hay oportunidades. Hemos tenido que estudiar, informarnos, replantearnos nuevos escenarios y establecer nuevos contactos. Por suerte ahora estamos recibiendo clientes nuevos y hemos recuperado actividad con los habituales. Pero hay empresas en un estado de urgencia tal a las que no puedo prometer resultados a corto plazo. Faltaría a mi profesionalidad. A la que quiere facturar el mes

que viene le tengo que decir que no le puedo atender.

¿Qué mercados ofrecen hoy más oportunidades para las empresas vascas?

Yo no creo en una receta de café para todos. Tenemos que ir más a trajes a medida para cada empresa o sector. Ver cuáles son los mercados que se adaptan a nuestro producto o servicio y en qué situación de urgencia sanitaria y económica se encuentran. Ahora mismo todo lo que tiene que ver con agroalimentación y salud está viviendo un buen momento. Para el resto no tenemos una visión a medio-largo plazo. El sector del automóvil está muy preocupado pero creo que es solo un bache y que a medio plazo se va a recuperar, más rápido de lo que pensamos, transformado, diferente, con otro tipo de vehículos, pero es una necesidad que va a estar ahí y eso es bueno para la empresa vasca.

[Beatriz Itza]

Internacionalización

BT&I, en el curso sobre la Agenda 2030 en Bilbao

La Dirección de Relaciones Exteriores del Gobierno vasco ha organizado para los próximos 17 y 18 de septiembre un curso de verano sobre la Agenda 2030, el proyecto internacional para impulsar el desarrollo sostenible y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). El curso se celebrará en el edificio Bizkaia Aretoa de la Universidad del País Vasco (UPV) en Bilbao y contará con representantes de pymes, grandes empresas y organizaciones dinamizadoras de clústeres. El Grupo SPRI participará con la presencia de la directora de la Agencia Vasca de Internacionalización (Basque Trade & Investment), Ainhoa Ondarzal, y de David Fernández Terreros, del área de coordinación de Clústeres de SPRI.

Adegi, Cebek y Banco Sabadell renuevan su apoyo a la internacionalización de la empresa vasca



Adegi, Cebek y Banco Sabadell han renovado el acuerdo de apoyo a la internacionalización de las empresas de Gipuzkoa y Bizkaia, tras los buenos resultados de 2019 en el que se ejecutaron 614 millones de euros. El acuerdo establece que Sabadell proporciona líneas de crédito y servicios de apoyo y asesoramiento que permiten a las empresas asociadas a Adegi y Cebek el acceso a nuevos mercados, así como la incorporación a las tecnologías necesarias. Además, contempla mantener las líneas de financiación Línea Exporta y de la Línea Implanta en las mismas condiciones que en 2019. En la imagen, Iñaki Garcinuño (Cebek) e Ignacio Navarro (Sabadell).

ICEX busca posicionar la moda española en el mercado internacional

ICEX España Exportación e Inversiones ha alcanzado un acuerdo de colaboración con la plataforma Joor, líder mundial en venta al por mayor, con el objetivo de facilitar y ampliar la presencia de las marcas de moda española en los mercados internacionales, fortaleciendo las ventas y el posicionamiento internacional de las empresas del sector de la moda, la imagen de las marcas y de la moda española en su conjunto. La situación actual del sector de la moda, agravada por la crisis sanitaria, hace necesario aumentar la competitividad internacional de sus empresas a través de la digitalización y en concreto de las ventas online. Joor trabaja de forma regular con grandes cadenas de retail y organizaciones feriales.

SPRI activa las ayudas Elkartu a proyectos en cooperación

El Grupo SPRI, a través de la Agencia Vasca de Internacionalización- Basque Trade & Investment, ha puesto en marcha el programa Elkartu con el objetivo de apoyar aquellos proyectos y actividades de internacionalización que se realicen en cooperación y que faciliten y fomenten las alianzas empresariales. El presupuesto asignado a este programa es de medio millón de euros y la fórmula de apoyo será la subvención pública a fondo perdido pudiendo ésta alcanzar un máximo de 45.000 euros. La novedad de esta nueva edición es que, además de consorcios y grupos, podrán acogerse a ella las grandes empresas siempre que actúen como tractoras de otras pymes vascas en sus procesos de internacionalización.