

mundo global

La diplomacia empresarial, una asignatura pendiente en la empresa internacionalizada

Debate en la Universidad de Deusto sobre riesgos no financieros en el mercado exterior

> INTERNACIONALIZACIÓN

Salir al mercado exterior con un plan de internacionalización que contemple el riesgo país, evaluado tanto en su dimensión económico-financiera como sociopolítica, es fundamental para implantarse con éxito y garantizarse la competitividad del proyecto. La diplomacia empresarial ayuda, desde la información de calidad, a anticipar situaciones y a tomar decisiones.

¿Estamos haciendo un correcto análisis del riesgo para salir con garantías a los mercados exteriores? A esta pregunta trataron de responder los participantes en la mesa redonda convocada por el Departamento de Relaciones Internacionales y Humanidades de la Universidad de Deusto, en el marco de las jornadas sobre Seguridad y Desarrollo, en la que se abordó la diplomacia empresarial y el análisis de riesgos no financieros.

La mesa, moderada por Asier Aranbarri, contó con la participación de Silvia Benamú, analista de riesgos y con amplia experiencia profesional en organismos institucionales tanto en Naciones Unidas como en la Unión Europea; Iñigo Ugarte, director general de ieTeam; Iñaki Lezaún, socio responsable de Manufacturing Zona Norte de Deloitte; Pedro Garcíandia, director de Desarrollo de Negocio de



Ponentes de la mesa redonda sobre 'Diplomacia empresarial y análisis de riesgos no financieros', celebrada en Deusto.

Los viajes institucionales del lehendakari son la mejor manera de 'operativizar' la diplomacia empresarial

Indar-Grupo Ingeteam, y Álvaro Fraile, director general de ITS Security, empresas inmersas en procesos de expansión internacional.

Desde su experiencia, Silvia Benamú afirmó que la diplomacia empresarial está poco desarrollada en España. "Por lo general, las empresas no llevan a cabo el necesario análisis político de riesgos antes de salir al exterior; solo reaccionan ante las consecuencias de determinadas decisiones políticas, perdiendo competitividad". Por ello, esta experta aconseja contar con un buen servicio de inteligencia política que ayude a

identificar riesgos y a prever escenarios cambiantes, anticipándose para poder prevenir. "Porque actuar sobre hechos consumados sale caro", apuntó.

El papel institucional

Iñigo Ugarte, director general de ieTeam, abundaba en la idea afirmando que en Euskadi aún hay empresas que cogen la maleta sin haber hecho un análisis previo de riesgo país, del mercado, ni de los competidores. "Hablarles de diplomacia empresarial es muy complicado", afirma. "No se dan cuenta de su errónea posición hasta que llegan y comprueban que la simple modificación de una norma regulatoria puede tirar por tierra proyectos e inversiones millonarias".

Proporcionar a la empresa la información necesaria para evitarlo es tarea de organismos como las Cámaras, el ICEX o SPRI. "Viajes institucionales como los que protagonizan el lehendakari y sus consejeros son la mejor manera de 'operativizar' esa diplomacia empresarial", estima Ugarte. Otra forma, apuntaba Pedro Garcíandia, de Indar, es hacerlo a partir de alianzas corporativas con empresas de otros países o con competidores, "un territorio aún inexplorado".

Desde la consultora Deloitte, Iñaki Lezaún habló de la conveniencia de diseñar un mapa de riesgo "y, como los ingleses, trabajar sistemáticamente el riesgo al que estamos expuestos". Finalmente, Alvaro Fraile se centró en la creciente exposición de las empresas a la ciberdelincuencia.

[Beatriz Itza]

Internacionalización

Ingeteam, Premio Club de Exportadores e Inversores Españoles

El Club de Exportadores e Inversores Españoles ha distinguido a Ingeteam con el Premio a la Internacionalización 2017 en la categoría de gran empresa con una destacable proyección internacional. La compañía vasca es líder mundial en el suministro de algunos componentes clave en el sector de las energías renovables; cuenta con filiales en 22 países, opera en más de 50 y obtiene el 70% de su facturación en los mercados internacionales.

Euskadi se promociona en Argentina, Londres y Alemania



En las próximas semanas, Euskadi estará presente en las ferias FIT de Buenos Aires y World Travel Market Londres, así como en varios workshops y jornadas comerciales en las ciudades alemanas de Stuttgart, Múnich y Berlín, con el objetivo de potenciar el País Vasco como destino turístico "sostenible, accesible, amigable, cultural, principalmente allí donde tenemos vuelos directos", destacó el consejero Alfredo Retortillo en la presentación de la agenda internacional de su Departamento. Además de los mercados europeos considerados prioritarios, el consejero se desplazará a Buenos Aires para participar en la Feria Internacional de Turismo de América Latina, que congrega a más de 90.000 personas y donde en 2016 estuvieron representados 36 países con más de 1.600 expositores. Euskadi realizará una presentación conjunta con Andalucía.

AIR MOVEMENT TECHNOLOGIES (AMT). LARRABETZU

"Con un producto diseñado a medida para cada instalación y para cada cliente, el círculo de competidores se cierra"

Air Movement Technologies (AMT) es una empresa ubicada en Larrabetzu (Bizkaia), dedicada al diseño y fabricación de equipos de ventilación industrial, regulación y control de fluidos, y que ofrece servicios de ingeniería y outsourcing. Inició su andadura hace tres años, después de tres lustros de experiencia acumulada por sus socios en el sector. Al principio, los obstáculos fueron los comunes a toda empresa que empieza con muchas ganas pero con recursos limitados. Enfocados en un producto muy específico, se encontraron una competencia muy fuerte y unas marcas ya asentadas en el mercado a las que había que "vencer" y superar en valor añadido. "Es ahí donde empezamos a desmarcarnos, con un producto de muy buena calidad, fiable y de alta resistencia y durabilidad", afirma Santiago Méndez, socio fundador y director comercial de la compañía. "Al ser un producto diseñado a

medida para cada instalación y cada cliente, el círculo de competidores se cierra; nuestros clientes nos han dado su confianza y no la hemos desaprovechado". Su primer pedido en el mercado exterior fue para China. Hoy, sin embargo, el disponer de un producto óptimo para todo tipo de aplicaciones y sectores como la Energía, Biomasa, Industria Papelera, Petroquímica, etc., les permite estar presentes en más de 20 países, con cerca de 300 equipos instalados, y sus ventas al exterior, aún a través de ingenierías nacionales, representan el 70%-80% de su facturación. "La prudencia y la constancia, y sobre todo el saber dónde estamos en todo momento, nos han llevado pasito a pasito hasta donde nos encontramos", afirma Santiago Méndez. "Somos un equipo de trabajo cercano, también con respecto de nuestros proveedores y colaboradores, sin los que tampoco habría-

mos llegado hasta aquí. Creemos que hoy en día mantener unas buenas relaciones profesionales es la base sobre la que se sustenta una empresa, y por ello apostamos". Aparte del capital humano, y de la calidad de sus equipos y servicios, AMT dispone de unas herramientas de trabajo internas a nivel de gestión y documental, generadas por ellos mismos y aplicadas a sus productos, que les proporcionan una notable ventaja competitiva en las primeras fases de cada proyecto. "A día de hoy, pensamos que la constancia y el trabajo, pero sobre todo la adaptación a los nuevos tiempos y a las nuevas formas de ver el mundo empresarial, es lo que va a encauzar nuestro futuro". Un futuro en construcción para el que están diseñando un proceso de externalización, trabajando en sinergias con empresas de Latinoamérica, "un mercado difícil pero prometedor".

> EN PRIMERA PERSONA

