

La mirada crítica del Igape: socios y no subvencionados

ALIANZAS Dar un paso atrás, analizar lo hecho bien, aprender de lo malo. Esta autocritica fue expuesta ayer en el foro del Grupo Correo Gallego por Abel Benito Veiga, director del Área de Internacionalización del Igape, quien tras loar el "titánico esfuerzo" de las empresas en la crisis, les lanzó avisos a tener en cuenta a la hora de acometer el salto a otros países. "Hemos dicho adiós

a un cáncer, el de las subvenciones, y ahora lo que buscamos la colaboración de socios leales, trabajar juntos con dianas claras". Sobre la red de oficinas de apoyo en destino Pexga, pronto 10, también apuntó que sus profesionales "no están para ir a recibir al aeropuerto a un empresario o buscarle un hotel". Están para darles servicios de calidad y a un precio justo, sin regalos. s. n.



Abel Benito Veiga
Igape

"Queremos fortalecer el músculo exportador en Galicia y que el esfuerzo empiece en casa", señaló. Analizan también las oportunidades de negocio exterior a largo plazo para planificar sin ingerencias políticas.



David Gandía
Improven

El secreto del éxito está en la planificación y en la "I+D+i, nuevos servicios, productos y mercados". Diferenció entre la multinacional que busca más cuota y las pymes que van a complementar su negocio en el exterior.

A la cúpula directiva: más avión y menos despacho

RECETAS Un taburete de tres patas diseñado para no llevarse un traspies en el sector internacional. Esta fue una de las didácticas propuestas realizadas ayer por David Gandía Sánchez, socio de Improven y experto que está detrás de más de cien operaciones exportadoras. Un buen aval que le llevó a exponer las tres patas de este asiento para internacionalizarse con éxito, y que pasan por

aportar una "propuesta de valor", la primera, "un modelo de negocio definido y robusto", la segunda, y "las mejores personas, un equipo directivo adecuado". Les recomendó a los primeros espadas, a los principales directivos que "sean los embajadores de sus empresas aunque deban pasar muchas horas en aviones y aeropuertos, desde el despacho no hacen nada". s. n.

Galicia se fija el reto de superar 21.000 millones de ventas al exterior en 2020

Conde detalla que hoy logra el 33% del PIB con las exportaciones y quiere llegar al 38% // La comunidad se ciñó la "triple corona" en 2013 con su récord en negocio internacional



SANTI RIVEIRO/IRINA PALMEIRA
Santiago

Al conselleiro de Economía e Industria le abordó recientemente en Madrid uno de esos empresarios *madrigallos* que resultó ser todo un pitoniso. Antes de que se conociesen los datos oficiales de comercio exterior, le apuntó que Galicia batiría todos sus récords. Francisco Conde le dio ayer la razón con las cifras en la mano: la comunidad cerró 2013 con el mejor dato de exportaciones, balanza comercial y tasa de cobertura de su historia, conquistando una "triple corona" en internacionalización.

En el acto de apertura del foro *La Internacionalización de la Economía Gallega. Instrumentos de financiación*, organizado por el Grupo Correo Gallego en el hotel AC Palacio del Carmen de Santiago, Conde señaló que se trata de un éxito global. Se comprendió que el salto al exterior era la vía para diversificar la actividad y no volver a caer más en la trampa de poner todos los huevos en la cesta del mer-

cado interno, y ahora "reco-gemos juntos los frutos".

Una actividad que avaló la consejera delegada del Instituto de Comercio Exterior (ICEX), M^a del Coriseo González-Izquierdo, que a punto de dejar el puesto para representar comercialmente a España en Japón, señaló que la internacionalización ya no es una moda pasajera, aunque solo 140.000 firmas españolas exporten. Hay que aspirar a más, "diversificar los mercados de destino" y "aumentar el valor añadido" del negocio exterior con I+D+i. También disculpó la ausencia y mandó el saludo del secretario de Estado de Comercio, Jaime García-Legaz, que no pudo acudir al foro en Compostela. Esta en una cumbre ministerial de la UE en Atenas.

"Ahora tenemos que seguir trabajando todos para seguir impulsando el futuro exportador de Galicia", señaló el conselleiro. La cooperación entre empresas y las administraciones será vital para que cada vez más pymes se sumen a esas más de seis mil empresas galle-

gas que venden allá fuera.

Los veinte millones que pone la Xunta este año son un importante esfuerzo que se salva de la perenne austeridad presupuestaria.

El Foro del Grupo Correo Gallego se celebró en la jornada perfecta, pues el Consejo de Ministros aprobaba el Plan Estratégico de Internacionalización 2014-2015 y Conde, algo antes, ya lo había adelantado. Y señaló que Galicia está ultimando ya su propio plan en la materia, complementario al nacional, que marca la estrategia global de Galicia en este terreno y fija metas: así, si los 18.500 millones exportados el año pasado suponen ya un tercio del PIB gallego, en 2020 la comunidad pretende alcanzar el 38%, cinco puntos más que, con los actuales niveles del producto interior bruto de la autonomía (55.000-56.000 millones) implicaría superar con creces los 21.000 millones de negocio en el extranjero.

La mentalidad del pasado no sirve para hacer frente a las más que turbulencias, ciclo-génesis que afecta-

LA TRIPLE CORONA DE LA COMUNIDAD

18.419

millones de euros que exportaron las empresas gallegas en 2013, el récord en la historia de Galicia, según Conde, tras experimentar un crecimiento del 11,7%.

140

por ciento fue el avance de la balanza comercial, muy favorable para Galicia. La plusmarca de este superávit fue de 4.000 millones.

128

tasa de cobertura porcentual que alcanzó la comunidad, según el conselleiro de economía, también la mejor en toda su historia.



ron a la economía. "Galicia es la puerta atlántica", dijo Conde, tanto de la UE como para ser puente con Latinoamérica. Es vital salir, si, pero siendo competitivos. De ahí la apuesta por la I+D+i -1.600 millones hasta 2020 con la Estrategia de Especialización Inteligente, RIS3. Se reforzará la calidad de productos y servicios para que al llegar a los países de destino, las empresas gallegas puedan utilizar las 8 oficinas de la

red Pexga a las que se unirán dos más tras la próxima firma del acuerdo entre la CEG y San Caetano.

Por último toca atraer "inversión paciente, que genere empleo y crecimiento" del extranjero, a socios como pueden ser ya Banesco o Pemex. Para ello, la Xunta prometen seguir con la "diplomacia económica" que ha supuesto, con Conde y el propio presidente de la Xunta, como los mejores embajadores de las

Exportar para Crecer, el plan del Sabadell Gallego

BANCA Ve el vaso de la internacionalización medio lleno. Carlos Dalmau, director de productos de empresa del Sabadell Gallego, es también responsable de las exportaciones, quiso destacar la importancia del acompañamiento, de las cadenas de valor entre los distintos actores del proceso de internacionalización que contribuyen a los avances en el exterior. "Antes salíamos con la ca-

beza gacha" apunta, pero ahora "si hiciste bien los deberes, sales y sabes que tus productos y servicios tienen igual calidad o más que los que hay en el destino". Reconoce que los bancos se equivocaron muchos años al no apoyar a las empresas desde el punto inicial de su decisión de exportar, pero el Sabadell ahora los mira con su programa Exportar para Crecer. S.R.



Carlos Dalmau
Sabadell Gallego

La entidad tienen decenas de especialistas en comercio exterior y una red internacional para atender a empresarios que exportan en destino con igual calidad que aquí: financiación, seguros, gestión de cobros...



Ana Cebrián
Cofides

Explicó que tras 25 años de actividad, el personal de Cofides tiene un conocimiento profundo de los mercados del exterior. "Nos adaptamos a las necesidades del cliente", subrayó su directora de Área Comercial.

Galicia, en el cuarto puesto de la cartera de Cofides

FINANCIACIÓN En 2013 Galicia ascendió un puesto. Las empresas de la comunidad son las cuartas que más han utilizado los productos de la empresa pública con participación privada, Cofides, que ofrece financiación para los proyectos en el exterior. Así lo puso de manifiesto ayer la directora de Área Comercial y Desarrollo de Negocio de Cofides, Ana Cebrián Parrondo. Cofides, explicó

dispone de 1.500 millones de euros para proyectos en países emergentes o en desarrollo y además gestiona otros fondos del Estado para la internacionalización. Además de ofrecer préstamos ordinarios, la entidad también ofrece la posibilidad de incorporarse al capital de la empresa para "compartir" con ella los "riesgos" de las operaciones exteriores. **eco**

SÁBADO
01 DE MARZO DE 2014

EL CORREO GALLEGO

GALICIA 13

FOTO SUPERIOR Ángel Remesar, a la izquierda, junto a M^a del Coriseo González Izquierdo, consejera delegada del Icx, y el consejero Francisco Conde en el AC Palacio del Carmen.

FOTO INFERIOR Aguilera, izquierda, con Samuel Juárez. Fotos: Antonio Hernández

Aguilera: "El viaje de la internacionalización es un camino que no tiene ya retorno"

Samuel Juárez avala el gran valor que tiene la marca España al salir fuera

empresas gallegas. El mantenimiento de Novagalicia como entidad gallega y los floteles y otros buques a fabricar en astilleros gallegos prueban su eficacia, pero hay mucho más en cartera.

Mientras el consejero apostó por reforzar la marca Galicia, en la clausura el delegado del Gobierno, Samuel Juárez, destacó la importancia de la marca España para la internacionalización. Juárez sacó pecho y aseveró que aquí "hacemos las cosas igual o casi siempre mejor que los demás" y lamentó las críticas internas. "No hace falta ensalzar lo negativo, nuestros competidores ya lo hacen", aseveró. El delegado del Gobierno destacó también la importancia de los cambios regulatorios para eliminar aranceles y trabas al comercio mundial.

Previamente, el director del Igape, Javier Aguilera, vaticinó que el viaje de la internacionalización ya no tiene retorno y que la apuesta de la Xunta hace cinco años dio sus frutos. "Las empresas que lo hicieron han resistido mejor la crisis", sentenció.

Ya ni los 'brics' son un maná

Representantes de compañías internacionalizadas reconocen que los países emergentes no son una oportunidad segura// Aconsejan informarse bien

IRINA PALMEIRA
Santiago

"No se pueden dar pelotazos por el mundo, eso ya no existe". Advertencias como ésta —lanzada por el vicepresidente del Grupo Puentes, Juan Loureda— se pudieron escuchar ayer en la mesa redonda del foro La internacionalización de la economía gallega, organizado por el Grupo Correo Gallego. En ella, cuatro representantes de compañías con experiencia más allá de las fronteras españolas trataron de desentrañar las claves y los problemas que superan para salir con éxito al exterior.

A qué país dirigirse es una de las primeras decisiones que se deben tomar. Pero los ponentes alertaron que la respuesta no es

sencilla. "Hace cuatro años todos diríamos que a los brics [Brasil, Rusia, India y China]", explicó Enrique M. Mallón, secretario general de la patronal del metal, Asime. Pero ahora, con las previsiones de crecimiento de los países emergentes también rebajadas, ya no "son una oportunidad segura", avisó. Todo depende del tipo de actividad y del sector empresarial en cuestión, por lo que la recomendación del director comercial de Urovesa, Justo Sierra, a las compañías que piensen en exportar o invertir en el extranjero es "tener información de los países y viajar bastante". En general aconsejó buscar mercados en lugares con estabilidad política y con planes estratégicos de desarrollo. Para el director de

relaciones institucionales de Navantia es recomendable también "observar lo que se mueve" para poder llevar productos que respondan a una demanda concreta. En el caso de la empresa pública puso como ejemplo su diversificación hacia la energía eólica marina para intentar alcanzar presencia en Europa, donde la venta de barcos es complicada ya que muchos países cuentan con sus propios astilleros.

Qué tipos de productos o servicios ofrecer es otra de las grandes cuestiones. En general, los ponentes consideraron que para internacionalizarse hay que ofrecer algún valor añadido y ahí señalaron con clave al I+D+i. Pero en un contexto en el que se han depositado las esperan-

zas de la recuperación de la economía en la internacionalización, el vicepresidente del Grupo Puentes decidió poner los pies en el suelo. "Se necesita que en España haya algún tipo de actividad si no fuera no haremos nada", aseveró para dejar claro que no las empresas no pueden ser punteras en tecnología e I+D si en su país de origen no pue-

Recomiendan buscar lugares con estabilidad política y planes de desarrollo

"Se necesita que en España haya actividad, si no fuera no haremos nada"

den trabajar. Según desveló Juan Loureda, el Grupo Puentes consiguió el 73% de las contrataciones que firmó en 2013 fuera de España.

Pero además de a dónde dirigirse o qué vender, encontrar el dinero para poder internacionalizarse es otro de los grandes escollos que deben de superar las compañías. La financiación a través de los bancos sigue siendo complicada, explicaron los expertos, que consideraron esencial el apoyo de las administraciones. Aunque el secretario general de Asime ensalzó el papel del Igape en algunos de sus programas, Loureda del grupo Puentes se mostró más crítico. "Hay demasiados organismos que se dedican a lo mismo y mucho papeleo", argumentó para añadir que ya "no pierdo el tiempo en ir a Madrid a hablar con nadie", si decide emprender un proyecto en el extranjero. Loureda denunció también la desaparición de los altos funcionarios de carrera que tomaban decisiones técnicas y no políticas.

Durante la mesa redonda —moderada por el director del Máster en Dirección y Gestión de Comercio Exterior de la USC, Miguel Ángel Otero Simón (USC), Juan Loureda Mantiñán (Grupo Puentes) y Javier Pradere Crespo (Navantia). Foto: Antonio Hernández



Por la izq., Enrique M. Mallón Otero (Asime), Justo Sierra Rey (Urovesa), Miguel Ángel Otero Simón (USC), Juan Loureda Mantiñán (Grupo Puentes) y Javier Pradere Crespo (Navantia). Foto: Antonio Hernández