



Gorka Landa trabaja para una compañía líder en productos para la automatización industrial.



Javier Berasategui pronto tuvo claro que

Embajadores comerciales 'made in

Más de 470 alumnos se han formado en el máster de internacionalización de la Cámara de Comercio. Cuatro de ellos comparten su experiencia

DANIEL GONZÁLEZ

comparten su experiencia con EL CORREO.

Javier Berasategui Director comercial en Naipes Heracleo Fournier
«La beca en Japón marcó mi futuro profesional»

Cuando con 24 años se licenció en Empresariales, Javier Berasategui tenía claro que quería dedicarse al mundo del comercio exterior. En el máster de la Cámara encontró el trampolín que le hacía falta. «Me permitió adquirir unos conocimientos teóricos muy importantes para desempeñar mi trabajo», recuerda. Realizó ese curso superior hace ya veinte años, en la segunda promoción, y al concluirlo llegó su primera oportunidad. Consiguió una beca del Gobierno vasco y estuvo un año trabajando en Japón. «Creo que el máster fue decisivo para conseguir la beca de comercio exterior, que sin duda marcó mi futuro profesional», asegura.

VITORIA. Convertidos en el rostro de su compañía para los mercados internacionales, quienes gestionan los departamentos de comercio exterior de las empresas alavesas son auténticos embajadores del producto local. De ellos depende la buena marcha de unos negocios que han encontrado fuera del mercado nacional la oportunidad para capear la crisis.

Para ello, los empresarios de la provincia buscan a los profesionales mejor formados, y la Cámara de Comercio e Industria de Álava ha preparado una cantera con más de 470 expertos. Son los alumnos de las 22 ediciones de su máster de Comercio Internacional y muchos de ellos ocupan ya cargos decisivos en las empresas del territorio.

«Lo normal es que el 90% de los alumnos de cada promoción encuentren un trabajo en un corto periodo de tiempo», destaca Pablo Almaraz, responsable del área de formación de la organización empresarial alavesa. Cuatro de ellos

Con esta titulación en el currículo y la experiencia en el mercado nipón, no le costó encontrar otro empleo al regresar a Euskadi. «Me incorporé a la empresa Metalúrgica Cerrajería de Mondragón, donde desempeñe el cargo de jefe de exportación. Actualmente soy el director comercial y de marketing de Naipes Heracleo Fournier», explica Berasategui.



El máster, reconoce Yuxi Sun, le está abriendo muchas puertas.

Un puesto importante dentro del organigrama de esta histórica empresa alavesa con presencia internacional –es el responsable de elaborar el plan comercial y de marketing, así como de su ejecución– que avala sus dos décadas de dedicación a los mercados extranjeros.

El no duda en recomendar el máster «siempre que tengan claro –los alumnos– que quieren dedicarse al comercio internacional, porque es un mundo duro en el que hay que realizar grandes esfuerzos persona-

les». Pero la internacionalización es el futuro, «y con la crisis que estamos sufriendo es más importante si cabe salir fuera, para diversificar los riesgos de las empresas. Eso da estabilidad a pesar de los posibles problemas en un país concreto».

Amaia N. Gallardo Prácticas en una consultoría privada de Washington**«Si no fuera por el máster no estaría trabajando en EE UU»**
A miles de kilómetros de Álava, Amaia N. Gallardo recuerda el «de-

saño» que le supuso cursar hace ya un año el máster. Proceder de la titulación de Filología Inglesa convertía las lecciones empresariales en un reto que encaró con esfuerzo, ya que el comercio internacional siempre fue una de sus opciones. Y ahora, como empleada en prácticas de una consultoría privada de Washington, sabe que escogió el camino adecuado. «Tener el máster me ha facilitado esta increíble oportunidad de trabajar un tiempo en Estados Unidos. De lo contrario, no estaría aquí», admite. Ella describe su trayectoria como «breve», pero ha logrado aportar a su empresa en estos meses «los conocimientos de marketing aprendidos en el máster y mi disciplina ante situaciones estresantes».

Son activos fundamentales en el sector en el que se desenvuelve. Su consultoría apoya a empresas en todo el proceso de licitaciones internacionales, ayudándolas a impulsar sus negocios «desde la estrategia hasta la ejecución del proyecto», o en el lanzamiento de productos nuevos. «Creamos alianzas, buscamos socios en países emergentes...». Y ahí Amaia juega un papel clave. «Yo me estoy dedicando últimamente al proceso de evaluación del mercado, busco proyectos en países emergentes financiados por organizaciones multilaterales. Luego presento un listado de proyectos y, junto con nuestro cliente, decidimos a qué licitaciones se debería presentar».

Desde su puesto, esta joven tuvo la oportunidad de coordinar la participación de su empresa en un viaje de negocios organizado por la SPRI



quería dedicarse al comercio exterior. :: FOTOS: JESÚS ANDRADE



Amaia N. Gallardo procede de la titulación de Filología Inglesa.

Álava'

«La Sociedad para la Promoción y la Reconversión Industrial del Gobierno vasco», en la que se reunió con potenciales clientes y constató el interés que hay aquí por abrirse a los mercados exteriores. «Muchas empresas alavesas acudieron al evento con ánimo de obtener información para poder expandir sus negocios por el mundo», recuerda.

Gorka Landa Director financiero de SMC España

«Las empresas se enfocan hacia el extranjero»

La idea de conocer el mundo de la empresa atrajo a Gorka Landa al máster. Con 23 años y recién titulado en Ciencias Económicas, vio en él «un contacto con el mundo de la empresa que me iba a venir muy bien para este acercamiento». Se inscribió en el año 2000 y recibió una importante formación «en muchas materias a las que no había tenido acceso hasta entonces y que tenían

un alto contenido práctico». En concreto, «las sesiones para realizar el proyecto, con viaje incluido a la Feria Internacional de Turismo, Fitur; una sesión de cata de vinos; o las visitas al Centro de Transporte de Vitoria –en Jándiz– o al Puerto de Bilbao» le ayudaron a sumergirse en un ambiente en el que no le ha faltado trabajo.

«Antes de acabar el curso empecé a trabajar en una empresa de Vitoria, un almacén de perfiles de acero llamado Laminados Velasco. Después del verano pasé a una auditoría, Ernst&Young, en Bilbao. Luego tuve la oportunidad de volver –a la capital alavesa– para seguir trabajando en el mundo de la auditoría, en este caso para PwC, donde pasé por buena parte de las empresas más relevantes de la zona», repasa. Tras cuatro años decidió cambiar de aires y colaboró en los primeros pasos de un fondo de pensiones público, la EPSV Itzarri, de los funcionarios del Gobierno vasco. «Tras dos años allí recalé en el departamento financiero de SMC España S. A., donde estoy actualmente y ya va para una década», añade.

Aunque en su actual puesto «el comercio internacional no ocupa la mayor parte de mi tiempo», Landa

no olvida lo aprendido en el máster de la Cámara de Comercio e Industria de Álava. Y a la vista de las necesidades que tiene el tejido industrial del territorio para potenciar su internacionalización, «con procesos que suponen un esfuerzo en términos de inversión y conocimientos específicos», él anima a cursarlo. «La situación del mercado nacional en los últimos años ha provoca-

do que las empresas enfoquen su permanencia o crecimiento hacia la exportación», recuerda.

Yuxi Sun Alumna de esta promoción «Falta gente para actuar como puente con Asia»

Pese a los nervios previos a la presentación de su proyecto final del máster, Yuxi Sun encara con optimismo esta etapa de su formación.

Un activo para los empresarios alaveses

:: D. GONZÁLEZ

VITORIA. La última promoción del máster de Comercio Internacional, con una veintena de profesionales formados en la realidad concreta de Álava, suponen un activo para los empresarios del territorio. Bien lo sabe José Miguel Munilla, director general de la empresa Ramondin y uno de los artífices de la destacada presencia internacional de su compañía, líder mundial en la fabricación de

cápsulas de estaño para el precintado de vinos, aceites y licores.

Él es, además, el presidente de la comisión de internacionalización de la Cámara de Comercio e Industria y no duda en elogiar a una cantera que «aporta savia nueva, fresca y, desde luego, los conocimientos que han adquirido a lo largo de este máster, que son muchos».

Munilla augura para ellos «su incorporación en empresas que

«El curso ha sido duro, muy completo, pero estoy satisfecha de haberlo realizado», apunta con entusiasmo, agradecida de la filosofía que se transmite. «Los profesores tienen mucha experiencia en el sector y nos han dado unos consejos de gran importancia. Hemos aprendido muchos conocimientos con una metodología muy práctica», agrega, sorprendida también por «todo lo que he aprendido en un tiempo tan corto».

A sus 26 años, y con una titulación previa de Traducción e Interpretación entre español, chino e inglés en China, es consciente de las puertas que le abre esta nueva formación. «Después de este máster quiero continuar en el sector del comercio internacional. Creo que aún hay mucho en lo que trabajar y falta gente para actuar como puente con Asia, tan importante hoy en día y aún tan desconocida», plantea.

Por ello, no duda en 'vender' su perfil a las empresas alavesas. «Les puedo aportar una buena formación en comercio internacional, pero también una mentalidad abierta, con capacidad de trabajo en ambientes multiculturales en los que la comunicación es básica. Y no hay que olvidar que vengo de Asia y que conozco bien cómo se piensa y se funciona allí, lo que me permite encontrar caminos comerciales más fáciles», expone.

Porque abrirse al exterior es clave. «Una buena estrategia de internacionalización es muy importante para tener un buen futuro, mientras que quedarse atrás puede suponer desaparecer. Y fomentar las relaciones internacionales permite encontrar oportunidades de beneficio mutuo», recuerda Sun.

tienen muy claro que el crecimiento y la expansión comienzan por la exportación e internacionalización de la propia compañía», ya que el máster aporta «una magnífica oportunidad de incorporarse a las empresas que necesitan una mayor profesionalización en el área internacional y un mayor conocimiento técnico sobre comercio exterior».

Todo ello, valora Munilla, «contribuirá a su desarrollo profesional y personal». Por eso, invita a todas las empresas a «centrarse en los mercados exteriores para seguir creciendo, ya que además hay clarísimos ejemplos de éxito en exportación por parte de empresas del territorio».