

| BK ETL Global |

# «Las instituciones tienen que coordinar los procesos de internacionalización, sobre todo en mercados emergentes»

**Raúl Barambones** » Director general de BK ETL Global

El director general de BK ETL Global, Raúl Barambones, apuesta por aprovechar la mejoría del tejido empresarial alavés para llevar los productos al exterior «en un año de crecimiento y posicionamiento»

» D. G.

Con dos décadas de experiencia trabajando mano a mano con las empresas alavesas, y gracias a su unión en 2016 con el grupo alemán ETL Global, la empresa alavesa BK ETL Global conoce bien las necesidades del territorio y su potencial industrial y de servicios. Al frente de esta compañía está su director general, Raúl Barambones, que tras ampliar su oferta de servicios e iniciar la expansión en la zona norte se prepara para acompañar a sus clientes en un año clave para la economía en Álava y en el que pueden generarse oportunidades para extenderse a nuevos mercados.

## ¿Cómo ve la situación actual del tejido empresarial alavés en este momento de mejoría económica y bajada del paro?

Creo que, dentro del mercado nacional, Álava se sitúa en las primeras posiciones. En los últimos años el tejido empresarial alavés lo ha hecho bien, acompañado por la Diputación foral de Álava, que está cerca de los empresarios y apoya sus nuevos proyectos, y 2019 va a ser un buen año, de crecimiento y posicionamiento. Pero debemos ser cautos, centrar el análisis en los nuevos nichos de mercado y seguir invirtiendo e innovando en las empresas y su adecuación de la maquinaria y de las instalaciones. Esa debe ser la



«Tenemos 55 oficinas en España con todos los servicios que una empresa puede necesitar», afirma Raúl Barambones.

seña de identidad, y también lograr recuperar a ese empresario vasco joven, con ímpetu, ilusión y capacidad de sacrificio para liderar esto.

## Ahora mismo Álava es un referente en exportaciones y en internacionalización. ¿Cuál debería ser el avance hacia esa búsqueda de nuevos mercados?

Ahí las instituciones tienen mucho que hacer, unificando y coordinando la internacionalización, sobre todo en los mercados emergentes. No es suficiente con algunos viajes que se organizan, sino que hay que hacer mucha labor de

gestión y planificación, porque hay mucha empresa con buen producto que sería capaz de vender en otros sitios si estuviera bien acompañada y coordinada. Igual para una empresa, por sí sola, la inversión que supone puede ser inalcanzable, pero si se coordinan a varias compañías a la vez se puede abrir un nicho de mercado importante en otros mercados internacionales.

## ¿Qué dificultades y ventajas ofrecen esos procesos de internacionalización?

Nosotros hemos liderado algunas de estas funciones,

aunque la inversión inicial para intentar vender algo en un tiempo corto es importante, y el mayor de los problemas que se encuentran las compañías es que deben conocer el mercado, saber del país al que está yendo, lo que requiere un análisis tanto del mercado como de sus requerimientos legales y la competencia existente, para ver si su producto va a ser competitivo y si está demandado o no. Después, ponerlo en marcha tampoco es fácil, hay que contratar un equipo comercial, dirigir la capacidad de ventas e introducirse en el mercado. Pero

la gran ventaja es que una vez que se sale fuera las crisis afectan menos a esa empresa, y la capacidad de beneficio es mayor.

## Unión de empresas

¿Es más fácil que empresas del mismo sector desarrollen un proyecto conjunto de cooperación? Antes la cooperación sí se hacía entre empresas del mismo sector, pero también pueden ser de diferentes sectores que, gestionando comercialmente en el país en cuestión, consigan tener un equipo comercial que