

Economía



Enrique Dans, durante su conferencia ayer en Baluarte.

el fondo, montar una empresa dentro de una empresa”, explica. Y obliga a tener puesta la mirada en China, donde 1.000 de sus 1.400 millones de habitantes ya emplea internet y cuya velocidad de desarrollo no tiene precedentes en la historia. “Han pasado del efectivo al pago por móvil, sin pasar por la tarjeta de crédito”.

TRANSFORMACIÓN

La clave

No se digitalizan las empresas, sino las personas

De exportar sabe bastante una empresa con tanta historia como conservas **El Navarrico (Jose Salcedo Soria SL)**, con unos 60 empleados y seis millones de euros de facturación, casi una tercera parte procedente del mercado exterior. “En Estados Unidos hemos crecido un 48%”, explica **Patxi Pastor**, director comercial de la empresa, quien destaca que la transformación digital les ha permitido “optimizar procesos, mejorar la competitividad y llega además en el momento adecuado, con ayudas de la Unión Europea”.

Con un nuevo sistema de intercambio de datos, la empresa ha podido asimismo monitorizar todos sus equipos y mejorar la trazabilidad de sus productos (conservas de alto valor añadido), que han encontrado asimismo su hueco en plataformas digitales como *Try the world*, que les ayuda a vender actualmente en más de 25 países. Reino Unido sigue siendo su primer mercado.

“Por delante de Alemania, Reino Unido es el primer mercado de comercio digital en Europa”, explica Dori López, quien recuerda la hegemonía absoluta de China, cuyo volumen es superior al del resto de los diez siguientes países juntos, incluido Estados Unidos.

Este mercado, a pesar de sus peculiaridades, sigue ofreciendo muchas oportunidades a las empresas. **Enrique Dans**, profesor y conferenciante, les recomienda poner el foco en sus plantillas, sin caer en el error de pensar que aquellos que son más mayores no se pueden digitalizar. “Las empresas no se transforman digitalmente, lo que se transforman son las personas que trabajan en ellas”, explica. “Para digitalizarnos vamos a necesitar cambios, cambiar símbolos, hacer cosas que se note que hemos cambiado. Y la única forma de cambiar es romper unas cuantas cosas que creíamos muy consolidadas en nuestra forma de hacer las cosas”, añade.

“La digitalización es absolutamente esencial en este momento”, recuerda Dans, que anima a las empresas a avanzar en la medida de sus posibilidades. “La digitalización es lo que queráis, desde que la carnicería de qué abajo diga que le puedes hacer el pedido por whatsapp”.

Un salto de cinco años en solo doce meses. La pandemia ha acelerado las ventas digitales en todo el mundo, que ya crecían a un ritmo del 15% anual hasta 2019, y ha situado a las empresas ante la obligación de digitalizar todo su proceso exportador. La alternativa es clara: quedarse sin un mercado que, en muchas ocasiones, ha costado conquistar años de trabajo sobre el terreno.

Consciente de esta “inviabilidad” que podría afectar a buena parte de las empresas navarras que exportan de forma regular, el Gobierno de Navarra ha puesto a su disposición el programa NAEX Digital para implementar su internacionalización digital, una actividad gratuita financiada con fondos europeos, que fue explicada ayer en una jornada dirigida a casi 150 directivos y empresarios. “No hay futuro en los mercados exteriores sin digitalización de los procesos de internacionalización”, resumió Mikel Irujo, consejero de Desarrollo Económico.

Algunos de estos empresarios compartieron incluso su experiencia. Uno de ellos fue **Luis Unceta**, de Industrias San Isidro (Isimar), que hace diez años diversificó su actividad a los muebles de terraza y que se apoya sobre todo en LinkedIn y en sus versiones premium para optimizar una red de profesionales. Con sede en Noáin, la firma exporta en

Empresas y expertos recuerdan que la transformación digital ha dejado de ser una opción para convertirse en una cuestión de supervivencia. El modo en que se compra ha cambiado de forma radical.

Un reportaje de Juan Ángel Monreal Fotografía Oskar Montero

Digitalizarse, llave del mercado exterior

estos momentos a 51 países.

“Nuestra estrategia de exportación pasaba por acudir a II ferias con un equipo de seis comerciales y cuatro becarios”, explica. Aquella fórmula desapareció con la pandemia y el resultado no ha sido nada malo. “Estamos vendiendo un 20% más que en 2019. Hemos pasado de 2.000 a 10.000 visitas en nuestra web y ahora estamos trabajando en automatizar las respuestas. En todo el año hemos gastado lo mismo que una feria”, dice.

“En digital es difícil equivocarse muy caro, todo se detecta rápido”, añade **Dori López, CEO de Innova Digital**, que ha destacado la agilidad

APUNTE

● **Encuentros.** Para cerrar la jornada, los asistentes han mantenido hasta 95 encuentros con los ponentes del evento y consultoras de los países prioritarios para el Plan Internacional de Navarra 2020-2021 con el fin de recibir un asesoramiento personalizado en función de sus inquietudes.

● **Plan público.** El Plan Internacional de Navarra 2020-2021 PIN 4, que ofrece un apoyo integral a las pymes navarras en su estrategia digital de internacionalización.

y rapidez de los procesos digitales, las posibilidades de medición de impactos y sus resultados. López recuerda que la digitalización del comercio rompe con la cadena de valor y cambia el concepto tradicional de empresa exportadora. “Antes se necesitaba más estructura, ahora ya no es necesaria. Tenemos una empresa en Toledo, con siete chavales que hablan un montón de idiomas que vende productos por medio mundo”.

Las reglas viejas están obsoletas, ha añadido López, antes de recordar que no se trata solo de “poner bonita una web”. “Hay que saber de logística, de fiscalidad, de medios de pago, de legalidad. Supone, en