

Abrir mercado en otro país no es viajar allí una semana en clase "business"

TARU J. HAAPANIEMI CODIRECTORA DE UN MÁSTER DE LA UMH

«Abrir mercado en otro país no es viajar allí una semana en clase 'business'»

La funcionaria de la UE es una de las docentes del máster de la UMH que ayuda a las empresas a salir de la crisis

T.A. LA VERDAD

Sabe hablar cinco idiomas a la perfección, es funcionaria de la Unión Europea y está de excedencia explorando el mundo de la empresa. De hecho es socia de la firma Global Europe Capital. Uno de los temas que le apasiona es la crisis económica, sobre todo la española. Asegura que la experiencia de su país, Finlandia, puede ser clave para aportar ideas a los empresarios. Por ello ha invitado al curso que codirige en la Universidad Miguel Hernández (UMH), Executive Master in International Business, a una ex primera ministra finlandesa. Abrir mercados en otros países puede ser una vía para escapar al bache económico del momento, según Haapaniemi. Una opción que a su juicio «no es tan fácil».

- ¿Qué ofrece este curso a los empresarios?
- Está dirigido a empresarios que desean salir fuera del país y buscar una solución a la crisis. Nuestro enfoque no es sólo teórico, también muy práctico. Por ejemplo, se aborda una estrategia de internacionalización para el empresario que elige un mercado nuevo. Se les indica cómo hacerlo en concreto.
- ¿Cómo resultó la experiencia en la anterior edición?
- Los alumnos mantienen el contacto entre ellos y están avanzando en muchos temas y obteniendo resultados innovadores. Valoraron muy positivamente la experiencia.
- ¿Cuáles son sus consejos para combatir la crisis?
- No es tan fácil y menos en España,



Taru Haapaniemi./P. UCLÉS

ña, un país con un mercado interno muy fuerte. Hay soluciones, pero no se puede esperar sentadito a que lleguen tiempos mejores. España está en caída libre, la gente está asustada, veo pánico en sus ojos. Los principales problemas son estructurales, la principal barrera es la falta de idiomas.

- ¿Abrir mercado es una solución?
- Es muy difícil que una empresa salga fuera sola. La decisión debe estar avalada por un planteamiento largo y profundo. No se puede viajar al país en concreto una semana en clase *business* o tener allí un contacto. Eso no es una estrategia de internacionalización, es de fracaso.
- ¿Cuál es la fórmula?
- Conocer bien el país y escanear varios países para cerciorarse de cuál es la mejor opción. Hay que conocer la situación económica, el tipo de negocio, las políticas sociales, las circunstancias demográficas...todo. Es un proceso de al menos un año. Hay que estudiar los riesgos porque hay muchos escondidos. Es preciso viajar a ese país con el equipo de la empresa y que los profesionales hablen idiomas.

El plazo para inscribirse en el máster se amplía hasta el día 13

T.A. LA VERDAD

El máster universitario en dirección y gestión comercial que oferta la Universidad Miguel Hernández (UMH) ha ampliado su plazo de inscripción hasta el próximo día 13. Las clases comenzarán el 27 del presente mes.

Se trata de un título pionero en

la provincia, dirigido a ejecutivos, y empresarios que buscan una salida a la crisis económica. El programa es interesante, según sus promotores, para empresas exportadoras, banca, asociaciones empresariales, agencias e institutos de promoción exterior, así como para administraciones públicas y el sector turístico y mobiliario.

El curso, *Executive Master in International Business*, ofrece las claves para las empresas que pretenden abrir mercados en otros países. Entre sus ventajas figura que las clases se concentran en una sesión al mes.