

mundo global

“Nuestro objetivo es alcanzar el 20% de la facturación en el exterior en 2023”

Juan Antonio Sánchez Corchero, presidente de Grupo Aspasia

> INTERNACIONALIZACIÓN

■ La consultora vitoriana Instituto Europa, que este año cumple su 30 aniversario, lleva más de 15 impartiendo sus cursos de formación profesional en Latinoamérica. A través de su marca Adalid e integrada, junto con Ibecon, en Aspasia, grupo empresarial que preside, la firma alavesa ha consolidado presencia en Chile y Colombia, aspira a recuperar Perú; a entrar en la República Dominicana y Ecuador, y a obtener en dos años el 20% de su facturación en el exterior.

¿En qué momento deciden dar el salto a la internacionalización?

En 2005 asistimos a numerosos encuentros y misiones internacionales, con algunas experiencias en países africanos, como Marruecos y Senegal. De esos viajes salieron algunas oportunidades de colaboración que, con el regreso a España, resultaron muy difíciles de explotar. Se realizaron algunas ventas pero todo muy desordenado. Sin embargo, nos sirvió para conocer las necesidades que requiere cualquier apuesta por internacionalizar un negocio. Años más tarde pudimos afrontar nuestra expansión por Latinoamérica.

¿Cuál fue el primer destino y cómo se desarrolló la expansión?

Empezamos en Argentina y Colombia en 2008. En Argentina, consolidamos un modelo de negocio basado en desarrollar proyectos de formación y atracción de talento para empresas que luego solicitaban los fondos a la Administración. En Colombia, comercializábamos másteres y cursos con títulos propios de diferentes universidades. Fuimos también la primera empresa de formación que en 2008 se implantó en China, concretamente en Pekín. Tras unos años de adaptación y asentamiento, en 2014 reforzamos nuestra apuesta por la internacionalización, centrando nuestros esfuerzos en Chile, Colombia y Perú. El objetivo era llegar a completar los países integrantes de la Alianza del Pacífico. En ese momento, desplazamos personal, desarrollamos acuerdos con terceras entidades en quienes apoyarnos y nombramos un gerente internacional. Actualmente hemos consolidado tanto Chile como Colombia y vemos potenciales opciones de recuperar la actividad en Perú que paralizamos en 2016. Asimismo, hemos realizado prospecciones con posibilidades para su desarrollo entre 2021 y 2023 en la República Dominicana y Ecuador.



¿A qué público objetivo dirigen su oferta formativa?

Trabajamos directamente con la Administración Pública competente y con las empresas. Con ellos, elaboramos propuestas y ofertas o canalizamos proyectos a través de líneas de licitación en concurrencia competitiva. A pesar de ello, no olvidamos que nuestro cliente final es el alumno, profesional ocupado o desempleado, y trabajamos para ofrecerle una formación de la máxima calidad posible. Sin embargo, quien realmente paga nuestros servicios es la Administración o la empresa.

¿Qué cursos tienen mayor demanda y qué grado de empleabilidad alcanzan los alumnos?

Nuestro grupo cuenta con varias entidades de formación especialistas en diferentes temáticas o sectores. Contamos con formaciones con alta demanda en tecnología, habilidades directivas, gestión comercial o idiomas. Trabajamos también el ámbito industrial, agroalimentario, seguridad, logística, TIC y digital, turismo, comercio, etc. Por otro lado, Aspasia cuenta con agencias de colocación que desarrollan una

“**La formación en talento digital que impartimos en Chile logra la inserción laboral de más del 50% de los alumnos”**

importante labor en la inserción laboral de los alumnos. En muchos casos trabajamos con el compromiso de contratación. Así, estamos desarrollando una formación en el ámbito de talento digital en Chile, donde más del 50% de los participantes encuentran trabajo en menos de tres meses. Para ello desarrollamos ferias virtuales de empleo utilizando tecnología que permite una difusión amplia y multicanal.

¿Qué estructura tiene Instituto Europa-Aspasia en el exterior?

Contamos en estos momentos con más de 50 personas con presencia principalmente en tres focos: Santiago de Chile, Viña del

“

Trabajamos con empresas y Administración pública, a través de líneas de licitación en concurrencia competitiva”

Mar y Bogotá. Nuestra intención es poder ampliar, en breve, la estructura a la ciudad de Medellín, un auténtico polo tecnológico. Además, contamos con colaboradores en más de 12 ciudades de Chile y nueve de Colombia.

¿Qué volumen de negocio representa la actividad exterior en el balance del Grupo?

El año 2020 ha supuesto un cambio de tendencia ya que, por primera vez, la actividad exterior ha arrojado resultados positivos al no haber realizado nuevas inversiones de aperturas y haber enfocado todos nuestros esfuerzos a la consolidación. Por ello, contemplamos el trienio 2021-2023 como una nueva ventana de oportunidades. El objetivo es alcanzar el 20% de la facturación en el exterior a finales del 2023.

¿Qué nuevos proyectos pondrán en marcha este año?

La apuesta por la digitalización, la economía del dato y la escalabilidad de nuestros productos y servicios son las señas de identidad de nuestros planes de negocio. Por ello, el desarrollo de nuevas marcas en áreas con fuertes demandas de empleo como es Awakelab (en el ámbito digital) o Jelou (en el ámbito de idiomas) suponen uno de nuestros grandes objetivos a corto plazo. Todo ello sin olvidarnos de nuestro enfoque por la Formación Profesional y su desarrollo dual con las empresas, donde ya hemos penetrado con la adquisición de varias líneas de negocio. Por último, destacaría la inversión que hemos realizado para la adquisición de una Escuela de Negocios que nos permita sinergias entre el mundo educativo reglado y el ámbito laboral.

[Beatriz Itza]

La exportación vasca suma tres meses de crecimientos

> MERCADOS EXTERIORES

■ Con un incremento del 3,4% respecto del mes anterior, noviembre se convirtió en el mes de 2020 con el mayor índice de exportación del País Vasco, encadenando, según datos de Eustat, tres meses consecutivos de crecimientos. Así, las exportaciones de bienes de Euskadi alcanzaron los 2.068,5 millones de euros en noviembre, lo que representa un descenso del 11,6% respecto a noviembre de 2019, en tanto que las importaciones, por 1.491,4 millones, disminuyeron un 12,7% en tasa interanual. Como resultado de todo ello, el saldo comercial vasco en noviembre fue positivo en 577,1 millones, solo 53,5 inferior al saldo registrado hacía un año.

En el conjunto de los 11 primeros meses de 2020 las exportaciones registraron un decremento del 18,5% respecto al mismo periodo del año anterior, lo que se traduce en 4.350,5 millones de euros menos. El montante exportador fue de 19.226,3 millones, lo que supone un saldo comercial de 4.814,1 millones de euros, 150,4 menos que en el mismo periodo de 2019. Destaca Bizkaia con exportaciones por valor de 7.141,6 millones de euros, seguida de Gipuzkoa con 6.349,2 y de Álava con 5.735,5. **Más información: www.estrategia.net. [EE]**

Gauzatu apoya la implantación de pymes en el exterior

■ El Gobierno vasco, a través de SPRI, destina cuatro millones de euros a la internacionalización de pymes y grandes empresas a través del programa Gauzatu Internacional, buscando promover tanto su implantación en el extranjero como mejorar el posicionamiento internacional de las mismas.

Se trata de créditos sin interés a devolver en cinco años desde el final de la inversión, que deberá estar dirigida al establecimiento, ampliación y renovación de instalaciones productivas o de servicios técnicos ligados a la producción. Gauzatu financia la compra de nuevos terrenos y construcciones, su equipamiento, con maquinaria, adquisición de equipos y programas informáticos, y gastos de propiedad industrial. [EE]