

El IX Foro Exporta Tu Valor de Globalcaja pone el foco en la exportación como palanca de transformación ante 300 empresarios

- Pedro Palacios, director general de la entidad financiera, y Francisco Hevia, patrono de honor de la Fundación EXECyL y exdirectivo de LLYC, Cerealto, Pascual y Gullón, coincidieron en destacar la oportunidad que supone hoy en día para las empresas adaptarse a los cambios.

Ciudad Real, 20 de noviembre de 2025. El IX Foro Exporta Tu Valor ha reunido a cerca de 300 personas vinculadas al tejido empresarial de Castilla-La Mancha, en una jornada que ha puesto el foco sobre la necesaria adaptación al cambio de forma permanente, más si cabe, en una época tan cambiante como la actual y donde internacionalizar una empresa no es solo una oportunidad para crecer, sino para pensar diferente, abrirse a nuevas formas de hacer negocio y evolucionar como organización.

La Bodega Pago del Vicario, en Ciudad Real, ha acogido esta edición de Exporta Tu Valor, foro promovido por Globalcaja y La Tribuna, para intercambiar experiencias empresariales y trayectorias de éxito, en el ámbito del crecimiento y la exportación, contribuyendo así a la transferencia de buenas prácticas empresariales.

Pedro Palacios, director general de Globalcaja, -acompañado por su presidente, **Mariano León**-, ha sido el encargado de abrir este IX Foro Exporta Tu Valor.

Pedro Palacios, que ha aludido al impacto de la inteligencia artificial y otras nuevas tecnologías, ha reflexionado sobre esa necesaria adaptación al cambio de época que estamos viviendo, “debemos estar atentos y adaptarnos, por supuesto, con la ayuda de la tecnología, pero siempre haciéndolo de forma colaborativa y potenciando el talento de las personas, que será lo que nos lleve a otra dimensión”.

En este punto, el director general de Globalcaja ha invitado a salir al mercado exterior y hacerlo con la mente abierta, “exportar es mucho más que vender fuera, exportar es no acomodarse, enfrentarse a abrir nuevos mercados, salir a compararnos con otros y ver cuál es nuestro valor añadido...”. En definitiva, ha añadido **Palacios**, “exportar es transformarse y todos los sectores, todas las empresas, deben hacerlo”.

En ese camino, ha recalcado, Globalcaja se ofrece como una entidad aliada, con una solvencia referente en el sector financiero, con más de 1.000 millones de recursos



**Empresa
Solidaria
2025**



Esta empresa destina el 0,7% de su
Impuesto de Sociedades a fines sociales

propios, y cercana en el trato profesional, “tenemos un departamento de internacional que ofrece trajes a medida y da una respuesta rápida, ágil y flexible, ahí está el valor del talento de las personas”.

El director general de Globalcaja ha animado a los presentes a interiorizar el buen hacer y las experiencias de ponentes como **Francisco Hevia**, patrono de honor de la Fundación para la Excelencia Empresarial de Castilla y León (EXECyL) y exdirectivo de Cerealto, Pascual y Gullón, empresa esta última que dirigió hasta fechas recientes y con la que exportaba a cerca de 130 países. “Escuchar a personas que han liderado transformaciones reales, nos ayudará a entender que el cambio no es una opción, sino una oportunidad”, ha destacado **Palacios**.

Hevia: “Anticiparnos es la clave”

Francisco Hevia, quien ha aportado una visión estratégica de lo que la exportación e internacionalización puede suponer para las empresas, ha iniciado su ponencia subrayando que en este cambio global en el que vivimos, la clave está en “anticiparnos” a dichos cambios, para poder adoptar las decisiones apropiadas y “evitar que esos cambios nos arrollen”.

Para **Hevia** la exportación no es una opción, sino que se ha convertido en un camino inexcusable, “si queremos que España vaya a mejor, tenemos que salir fuera”.

“El milagro español del que se habla responde al consumo interno, pero la exportación no está creciendo al ritmo que debería”, ha analizado el directivo, quien ha insistido en la necesidad de salir a mercados internacionales, admitiendo que, si bien lo más sencillo puede ser exportar a Europa por la seguridad jurídica que ofrece, “el crecimiento real que permite escalar a una compañía no está en Europa, sino en otros mercados, como los asiáticos, que son los que están creciendo”.

Sobre el proceso de salida a mercados exteriores, **Hevia** ha comparado la exportación con la construcción de una catedral, “hay que hacerla piedra a piedra, hasta llegar a construir un mercado que suele ser más estable y rentable que el interior”. Así, ha añadido, “exportar es generar relaciones de confianza, entender qué es tu cliente, qué necesita y facilitárselo al mejor precio y de la mejor manera posible. Y para ello hay que viajar, escuchar y quitarnos muchos paradigmas que nos hemos construido”.

Los dos motores que impulsarán a las compañías exportadoras, ha recalcado **Hevia**, son la eficiencia y la innovación, “si una compañía no es eficiente haciendo lo que hace, no puede competir, pero si se obsesiona con la eficiencia y olvida la innovación, tendrá un problema de competitividad porque se adaptará al cambio”.

Hevia ha concluido recalcando que las empresas que sobrevivirán y serán capaces de crecer, serán sin duda las que generan un impacto positivo en su entorno, “las empresas generamos un mundo mejor y ese es nuestro legado, no la cuenta de resultados”, ha reflexionado el directivo, quien no ha querido cerrar su intervención sin destacar que el foco de todas las compañías debe estar “en las personas”.

Diversificar y adaptarse a cada mercado

Tras la intervención de **Francisco Hevia** ha tenido lugar una mesa redonda, en la que han participado **Roberto Meiriño Alvira**, VP & Head of Operations en Vestas; **Román Cantarero**, CEO de Grape Natural Ingredients Group, y **María Dolores García-Morato**, responsable de exportación en Tecnové.

María Dolores García-Morato destacó el acierto que supuso exportar para Tecnové, pues les permitió seguir creciendo e innovar. Así fue como esta empresa que nació en Herencia fabricando vehículos y contenedores especiales, opera ahora en más de 60 países, “¿cómo lo hacemos? Damos a nuestros clientes tecnologías idénticas a las españolas, pero aplicadas a las necesidades del cliente final, personalizadas para cada país, hacemos trajes a medida”.

Por su parte, **Roberto Meiriño** ha incidido en la necesidad de diversificar y ser flexible, añadiendo que la clave para salir a mercados exteriores es la determinación, “la empresa tiene que entender lo que tiene que hacer para crecer, se lo tiene que creer y trabajar”.

Román Cantarero, por su parte, ha analizado la actual situación del sector vitivinícola, “vive un momento delicado, porque el consumo está cayendo”, de ahí que haya abogado por dar respuesta a las nuevas preferencias de los consumidores y diversificar atendiendo a los distintos mercados, “no te puedes centrar en un solo mercado y un único cliente”, ha defendido Cantarero, quien ha concluido su intervención recalcando que “Castilla-La Mancha está en el mejor momento de su historia y tiene todo por delante”.