

- [Inicio](#)
- [Sobre el Club](#)
- [Socios](#)
- [Actividades](#)
- [Relaciones internacionales](#)
- [Relaciones institucionales](#)
- [Documentos](#)
- [Sala de prensa](#)
- [Galería de imágenes](#)

Boletín informativo n.º 64 (septiembre 2013)



f Me gustaMe

ENTREVISTA

Pedro Morera: "El Banco Santander debe establecerse estratégicamente en Asia y África"

La expansión geográfica del Banco Santander es uno de los procesos de internacionalización más exitosos de la economía española. En apenas veinticinco años, la entidad cántabra ha pasado de ser un pequeño actor del sector financiero español a convertirse en uno de los mayores bancos del mundo, con una fuerte presencia en Europa, Estados Unidos y, sobre todo, América Latina. D. Pedro Morera de Pelegrí, director de Negocio Internacional del Santander, cree que también existen oportunidades de negocio en Asia y África, que el banco debe aprovechar para "establecerse estratégicamente" en ambos continentes.



Usted se incorporó al Banco Santander en 1997 para participar en la expansión de la compañía por América Latina. ¿Cómo fue la experiencia?

Fue todo un cambio de vida pasar de gestionar el negocio internacional de un pequeño banco a estar en un equipo en el que se sentaron las bases de buena parte de la fortaleza actual del Grupo Santander. Nuestra misión era conseguir que los bancos adquiridos fueran rentables de forma inmediata, y la fórmula consistió en organizarlos según un modelo "muy de Santander" y aplicarles la tecnología del Grupo. Los resultados están a la vista.

En 2012 América Latina aportó al Santander el 50% de sus beneficios. ¿Ven oportunidades de negocio en otras regiones emergentes como Asia y África?

Sí, no debemos quedarnos sólo en Latinoamérica. Nuestro banco no dejará pasar la oportunidad de establecerse estratégicamente en esos continentes. Actualmente ya estamos posicionados, aunque con estructuras todavía pequeñas.

¿Cuáles son los países más atractivos dentro de Asia y África?

Evidentemente, en Asia, China, la India y Corea del Sur. Y en África, la zona norte, principalmente Marruecos.

El Banco Santander impulsa la internacionalización de las pymes españolas a través del llamado Plan Exporta 2.0. ¿En qué consiste este programa?

Con el Plan Exporta 2.0 nuestro cliente tiene un paquete de productos y servicios no sólo bancarios y financieros, sino de toda índole, destinado a cubrir todas las necesidades originadas en el proceso de internacionalización. Por ejemplo, lo mismo le proponemos un estudio muy dirigido para vender su producto a un país en concreto (inteligencia comercial competitiva) que le facilitamos un transitario para transportar sus mercancías, o le gestionamos el recobro de un impagado...

Para el desarrollo del Plan Exporta 2.0, el Santander ha firmado acuerdos con una serie de entidades, entre ellas varios socios del Club...

Sí, tenemos acuerdos con diferentes empresas e instituciones que configuran un abanico muy completo en lo que a oferta de soluciones se refiere. Anthelex está con nosotros, como no podría ser de otra manera; también Ayudexport y Cofides, con quienes hemos firmado un acuerdo hace dos meses; Cesce y sus servicios de cobertura, y algunos más que pronto se incorporarán al proyecto.

¿Cuáles son las principales demandas de las pymes que quieren internacionalizarse?

Las que quieren iniciarse en la internacionalización buscan básicamente formación y líneas de financiación de circulante. Y también una tutela por parte de nuestros



Club de Exportadores

Vea el último boletín:

Boletín informativo n.º 64
(septiembre 2013)



especialistas.

Y las empresas que ya tienen experiencia internacional, ¿qué demandan?

Financiación, inteligencia comercial competitiva y recobro de impagados en todo el mundo.

¿Qué se puede hacer para resolver el problema de la financiación?

Nosotros estamos en plena campaña del Plan 10.000, que consiste en la concesión de líneas de financiación para grandes empresas y pymes. Como es de suponer, la actividad internacional es la que más está aprovechando este plan.

Usted lleva casi 40 años trabajando en banca en el área de negocio internacional.

¿Cómo cree que está evolucionando el sector exterior español?

Este país tiene grandes empresas que desde hace tiempo han mirado al exterior como una solución inevitable. Se me vienen a la mente cantidad de empresas y empresarios que han conseguido éxito gracias a esta solución. La diferencia ahora es que son cada vez más los que salen al exterior.

¿Cree que la Administración pública española ayuda de forma eficaz a las empresas en su proceso de internacionalización?

Se han puesto mucho las pilas y creo que están haciendo un esfuerzo importante. No debemos criticarles como de costumbre.