

# ALMUERZO-COLOQUIO CON JOSÉ CARLOS MARTÍNEZ, DE INTEL CORPORATION

Almuerzo-coloquio que tuvo lugar el 14 de junio en el hotel The Westin Valencia con José Carlos Martínez, director global de Estrategia y Planning de Intel Corporation.



## **Almuerzo-coloquio con José Carlos Martínez, director global de Estrategia y Planning de Intel Corp.**

Los socios de la Asociación Española de Directivos (AED) compartieron el pasado 14 de junio un almuerzo-coloquio con el valenciano José Carlos Martínez, máximo responsable a nivel mundial del departamento de Estrategia y Planning de Intel Corporation. Martínez, experto en internacionalización y apertura de nuevos mercados, trazó una ponencia alrededor de las estrategias para expandirse en nuevos países y en su experiencia a la hora de impulsar nuevos mercados, fundamentalmente dentro de Intel en el continente africano.

El acto fue presentado por la presidenta de la Comisión Ejecutiva de AED en Valencia, Amparo Bertomeu, quien agradeció a Juan Manuel Baixauli, socio de AED, la sugerencia del perfil de Martínez por el aprendizaje que supone su experiencia



en nuevos mercados. Juan Carlos Martínez reivindicó su carácter de valenciano y trazó su perfil desde que comenzara los estudios de Psicología hasta su papel actual de mentor y de responsable en el desarrollo de grupos. “Es más importante la actitud que la aptitud: una mente abierta, detectar algo e ir a por ello, el trabajo en equipo es vital para conseguir la excelencia y todo ello me lleva a buscar cosas que hasta ahora no se han hecho”, señaló.

Martínez utilizó su propia experiencia dentro de un gigante global como Intel para explicar la dinámica de abrir mercado como un análisis previo y exhaustivo del consumidor y ver cómo se cubren sus necesidades. Para abrir esos mercados, puso sobre la mesa varias condiciones, comenzando por las relativas al producto o servicio y que pasan por saber si ese producto tiene mercado fuera de donde lo estamos vendiendo.

En cuanto a las relativas al mercado, Martínez señaló la importancia de saber si hay un mercado potencial para que el negocio aguante a largo plazo. Las necesidades relacionadas con la empresa pasan por plantarse de manera seria y estudiada si verdaderamente se trata de una decisión estratégica. “Si no lo es, mejor no empezar”, remarcó a la vez que recomendó tener claro el capital humano necesario y condiciones que marcan el mercado local como el potencial de los consumidores, entender sus dinámicas, analizar las necesidades, etc. “Una vez analizadas todas esas condiciones, hay que definir la estrategia y medir la inversión. Así es como tendremos claro a qué se le va a llamar tener éxito. Todo tiene que estar definido de antemano”, finalizó.



El análisis y la perseverancia fueron puntos muy repetidos en la intervención de José Carlos Martínez. “Tenemos que asumir que cuando se abre mercado, el plan trazado siempre es recto pero la realidad es siempre distinta”, advirtió: “Debemos tener la flexibilidad suficiente para ir adaptando la idea original para no perder comba con el mercado”. Para mostrar este punto, Martínez explicó el caso práctico de cómo se planificó la apertura del mercado de ordenadores personales en África bajo su coordinación. “Cuando se habla de África no hay solo una, tiene 54 países y 1.200 idiomas distintos. ¿Alguien se imagina dirigir una estrategia para Bombay desde Madrid, pues hay la misma distancia desde Casablanca hasta Johannesburgo?”, contextualizó.

Para Martínez, dentro de una estrategia de este tipo, “lo primero es la definición del mercado potencial”. Es importante definir un mercado, cómo se define y determinar qué producto es el más indicado para los precios de ese mercado. “Hay que entender el consumidor para analizar tendencias que son clave según qué mercados y todo ello nos guió a ver qué producto necesitábamos y cómo lo posicionábamos”, explicó.



El análisis de Martínez nos llevó a un muy animado turno de preguntas que comenzó por interesarse por su propia experiencia personal como directivo ante procesos tan complejos como los que puso sobre la mesa en su exposición. “A nivel personal estás abierto y a medida que creces estás abierto a cada paso; yo no quería salir de Valencia y mira dónde estoy. A nivel personal me ha movido siempre aprender cosas nuevas y eso te va llevando a un sitio y otro, hasta llegar a Oregón que es donde llevo los últimos 14 años”, respondió un Martínez que estaba acompañado en el encuentro por el mayor de sus tres hijos.

Debido a su experiencia dentro de una empresa tecnológica, los asistentes se interesaron sobre el desarrollo técnico de proyectos puntuales como el coche sin conductor, para el que Martínez reconoció que es necesario el desarrollo de redes de comunicaciones 5G.

También se preguntó sobre las posibilidades de mercados africanos en auge como Nigeria, para la que el ponente tuvo buenas palabras: “Si alguien quiere triunfar en África, el primer paso es Nigeria. Es un país que avanza, es democrático y tiene las condiciones para invertir. Pero para invertir el socio es la clave”.



Gracias a la perspectiva que da trabajar fuera de España, una de las últimas preguntas le planteó el reto de analizar la situación tecnológica de nuestro país, al que calificó de “muy desarrollado”: “Hay muchos laboratorios de ideas y estamos mejor posicionado de lo que nos creemos. Falta hacer un clic y entender que el mercado no es España, es el mundo. Cuando hacemos o diseñamos algo lo primero que hay que ver es a cuántas personas les puede hacer falta. A nivel de inversiones e infraestructuras estamos muy bien, por lo que es más un clic mundial.

A Rajoy le pediría que defina qué modelo de país quiere, que consiga un contrato social en el que diga cuál es su visión de país y cómo va a llevarnos a ella”. Tras ello, la tentación fue de nuevo ponerle en el compromiso de analizar hacia dónde va Estados Unidos con el primer año de la Administración Trump a lo que Martínez bromeó con que según el tweet que publicaba el presidente habría un día y otro.

“Trump convocó a las principales empresas tecnológicas en diciembre y les preguntó qué necesitáis y ellos le preguntaron qué es lo que iba a hacer. Estados Unidos va hacia un aislamiento exterior y hacia una redefinición de las reglas de juego. La globalización no le beneficia tanto como beneficiaba antes y como beneficia a otros países, por eso va hacia la desglobalización”, comentó.



Martínez reconoció que la fidelización del capital humano es una de las grandes preocupaciones que tienen las empresas en zonas como África, ya que no hay mucho. “Hay alta rotación y la idea es atraer y sobre todo retener talento”, añadió. En su último comentario, Martínez advirtió de que el camino de un directivo dentro de una gran compañía debe hacerlo uno mismo ya que “en una multinacional nadie te va a llamar a la puerta para ofrecerte algo si tu no has sido el mejor en ello antes”.

Amparo Bertomeu cerró el acto, antes de hacer entrega a José Carlos Martínez de un regalo de agradecimiento por su ponencia, realizando un análisis profundo sobre los puntos más destacados de la jornada y apostando por adaptar el nivel formativo para que los jóvenes se adapten a las nuevas necesidades del mercado, tal y como había pedido Martínez en su intervención.