

Las claves para exportaciones

Más de cuatrocientos participantes se benefician de las herramientas ofrecidas en IMEX

DIANA SÁNCHEZ PERABÁ ■ JAÉN

Más de cuatrocientas empresas participan en la feria de IMEX (Impulso Exterior). Una oportunidad de oro en la que se darán las estrategias para que los propietarios de las pymes (pequeñas y medianas empresas) con pretensiones de exportar sus productos tengan éxito. Con la importancia de la internacionalización, el encuentro cuenta con mesas redondas, conferencias y entrevistas personalizadas.

Querer y dar el primer paso para salir fuera de España. El atrevimiento, la confianza y, sobre todo, la información del propietario de una pequeña y mediana empresa (pyme) son los pasos esenciales para llegar a la "internacionalización", palabra "fetiche" que más utilizaron las autoridades que asistieron a la presentación de la pri-

mera edición de la feria IMEX, organizada por la Cámara de Comercio y la Diputación Provincial de Jaén. Se trata de una cita única en España, después de las celebradas en Madrid y Barcelona. En este encuentro se celebran seis conferencias, mesas redondas, exposiciones y el asesoramiento directo de especialistas en comercio de quince nacionalidades diferentes. "Esperemos que los representantes de estos países se empapen bien de nuestra provincia", destacó el presidente de la Cámara de Comercio, Luis Carlos García.

Claro y conciso, el presidente del Consejo Editorial de Moneda Única, Jaime Ussía, retomó la "internacionalización" para recordar: "No es aventura, es fruto de estrategias concretas, y por eso estamos aquí". Y es que, para Ussía, ante la cifra de 222.000 millones



INTERNACIONALIZACIÓN. Pabellones en la entrada del Ifeja, entre los que se encuentra el de DHL.

con éxito

para vender sus productos

de euros conseguidos en España en 2012, así como el crecimiento de empresas que apuestan por la exportación, la consistencia es la clave y en la que más flaquean las firmas. En este sentido, insistió en la necesidad de trabajar en tres aspectos. Uno: El peso de las exportaciones de las pymes. Dos: La bajada de las empresas recurrentes, debido a que no todas "hicieron los deberes". Tres: Potenciar la marca España. "Nos va a beneficiar a todos", apuntó. Por último, subrayó la relevancia de las exportaciones y las puso sobre el

mismo pilar que el turismo: "Son los que deciden la balanza comercial española", indicó Ussía.

"Las oportunidades pequeñas son el principio de las grandes empresas". El presidente de la Diputación, Francisco Reyes, parafraseó a Demóstenes para resaltar la finalidad de la feria, así como el conjunto de políticas que la Administración provincial pone al servicio de los empresarios. "Gracias a IMEX, los participantes tienen a su alcance expertos que pueden suponer un auténtico filón", manifestó Francisco Reyes.

Jaime Ussía

Presidente del Consejo Editorial de Moneda Única

"La retirada de las aceiteras da dignidad al producto"

D. S. P. ■ JAÉN

—¿Cómo son las expectativas?

—La asistencia está por encima en número de gente que participa en proporción con las ferias de Madrid y Barcelona. Es una asistencia satisfactoria.

—¿Cuáles son las herramientas para exportar el aceite de oliva fuera de España?

—El producto ya está, lo que falta es el asesoramiento. Vender fuera supone hacerlo con la cabeza ordenada. Hay que tener en cuenta que los compradores tienen filosofías distintas y que



consumen de manera distinta. —¿Cuál es el error en Jaén a la hora de exportar?

—Creo que la comercialización. Lo bueno sería introducir, poquito a poco, la marca, la denominación de origen y que se empiece a conocer en el mundo el aceite de Jaén.

— La retirada de las aceiteras va en esta línea.

—Es un paso importante para iniciar ese camino. Ya que el envase obligatorio también se podría hacer con los que hoy nos compran a granel. Es dar dignidad a un producto que aquí no se le da.

TESTIMONIOS

Cristina Dragoni / Asesora en el stand de Perú

"Perú vive un boom en el sector de la construcción"

"Nos llegan preguntas de empresas procedentes de sectores diferentes, desde el turístico a la hostelería o el aceite", explica la responsable de proyectos internacionales de Perú. En cuanto al sector del aceite de oliva y las empresas jiennenses interesadas en exportar en el país latino, Dragoni explica que en Perú también se produce aceituna y que la exporta. "En cierto sen-



tido puede ser competencia de España", afirma. En este sentido, asegura que es el sector de las frutas y las verduras o el de la pesca son los que cuentan con mayor aceptación para su exportación desde Andalucía. En cualquier caso, asegura que la construcción vive en la actualidad un "boom", así como la minería, hidroenergía, en textil o el turismo, gracias a su cultura peruana.

Zuriñe Ruiz Olmos / Asesora en el stand de la India

"Un 60% del aceite de oliva es para uso en cosmética"

Representantes de la cooperativa San Juan, se entrevistaron con las asesoras de la India. Los jiennenses les preguntaron sobre su intención de exportar su producto al país asiático, ya que tienen experiencia con China. La orientadora asegura que en la India el 60% del aceite que exportan es para cosmética. "Está muy valorado por sus propiedades saludables. Aunque su consumo está centrado en las clases



altas", explica Ruiz. Sobre los canales de distribución, las asesoras informan de que se puede encontrar en supermercados de productos gourmet y alta restauración. "Últimamente se venden movernos para hacerlo más accesible". Sobre su uso cosmético indica que es muy utilizado en los centros de belleza para los masajes corporales, así como en las farmacias para la parte relacionada con la salud.