V ENCUENTRO INTERNACIONAL AREX

1 y 2 de octubre 2014

PRESS CLIPPING

- Prensa escrita (impresa y online): Heraldo de Aragón, El Periódico de Aragón, El Economista, Aragón Digital,

- Radio: Cadena SER, Aragón Radio

- Televisión: TVE, Aragón Televisión

30 de septiembre de 2014

elEconomista.es

Préstamo Cetelem 4 clicks. La financiación para tu coche en 4 pasos >>

Empresas aragonesas se reúnen con representantes de 45 países en el V Encuentro Internacional de Aragón Exterior

Tweet 7
Compartir 0
g+1 0
Share
Wow! 0

Eva Sereno / Zaragoza 30/09/2014 - 19:55

Más noticias sobre:

- Aragon
- Empresas
- Brasil
- Zaragoza

Este encuentro se celebrará en Zaragoza y ya están cerradas más de 650 entrevistas individuales. También se desarrollarán talleres sobre las oportunidades de negocio de diferentes países como China, Brasil o Nicaragua, entre otras.

Este miércoles y jueves se desarrollará en el Hotel Hiberus de Zaragoza el V Encuentro Internacional de delegados de Aragón Exterior (AREX), que será inaugurado por la presidenta del Gobierno de Aragón, Luisa Fernanda Rudi.

Durante los dos días, **se reunirán expertos internacionales de 45 países de los cinco continentes para mostrar la visión comercial de los países** a los que representan e informar a las empresas aragonesas de las posibilidades y oportunidades de negocio que ofrecen para sus productos o servicios.

A lo largo de las dos jornadas está previsto que se lleven a cabo más de 650 entrevistas personalizadas con los delegados de la empresa pública en el exterior, aparte de desarrollarse una serie de talleres-coloquio especializados.

Por ejemplo, habrá sesiones específicas sobre Emiratos Árabes y las posibilidades como puerta de entrada a Oriente Medio, sobre China y cómo acceder a sus canales de venta online y sobre las opciones de negocio que ofrecen Corea del Sur o Nicaragua. También se incidirá en el marco legal y la operativa esencial para la empresa española en Brasil.

También tendrá lugar con la Asociación para el Progreso de la Dirección (APD), en colaboración con Arex, un desayuno sobre la internacionalización de la empresa con la participación de varios casos de éxito bajo el denominador común de la colaboración.

Son algunos de los actos que se llevarán a cabo dentro de este encuentro que "es una buena oportunidad para que tanto las empresas que no han comenzado a exportar como las que quieren o necesitan buscar nuevos países para hacerlo conozcan las oportunidades que su compañía en concreto puede encontrar fuera de España", ha expuesto el director gerente de Arex, Ignacio Martínez de Albornoz.

En este foro, además de los delegados de Aragón Exterior, estarán presentes todos los expertos sectoriales de la empresa pública, adscrita a la Corporación Empresarial Pública de Aragón. Martínez de Albornoz también ha recordado la trayectoria de diseño, gestión y seguimiento de Arex en los proyectos personalizados de expansión extranjera de las empresas aragonesas, ya que "lo que hace una compañía puede no valer para otra. La internacionalización es un camino lento y complicado y conviene abordarla con el mejor asesoramiento posible para no fracasar y aprovechar todas las opciones, que -hoy por hoy- son muchas".

En esta V edición, el encuentro internacional cuenta con el patrocinio de La Caixa, cuyos expertos internacionales también acudirán a la cita para ofrecer asesoría financiera, y de CESCE.

1 de octubre de 2014

- Noticia en radio. Declaraciones de Francisco Bono (Consejero de Economía) y Javier Pardo (Director APD Aaragón): http://ftp.aragoncorporacion.es/descargas/20141002%20PEM%20AREX%20V%20Encuentro%20de%20Arex.mp3

- Noticia en radio (min 2´55´´). Declaraciones de empresas, Enrique Quirós (Delegado AREX en Benelux y Francsico Bono. http://ftp.aragoncorporacion.es/descargas/20141002%20PEM%20AREX%20Locuci%f3nmp3

1/10/2014

Ignacio Pérez Ibáñez

Decenas de empresarios aragoneses tantean sus posibilidades de exportar en el quinto encuentro Arex

Decenas de empresarios se han acercado hoy a las consultorías individualizadas y los talleres del quinto encuentro internacional Aragón Exterior, que se extenderá hasta mañana. Las empresas participantes han concertado 650 entrevistas con los 33 delegados con los que cuenta Arex en el extranjero, una presencia que abarca 45 países.

Han participado unas 200 empresas

Zaragoza.- Exportar flores comestibles a Emiratos Árabes, atraer turistas chinos de alto poder adquisitivo para que visiten Alquézar o comercializar trufa negra en Rusia. Esas son algunas de la propuestas de internacionalización que se han escuchado en el quinto encuentro internacional Arex, promovido por la empresa pública de la DGA Aragón Exterior.

Decenas de aragoneses han pasado y pasarán a lo largo de hoy y mañana por los stands de los 33 delegados exteriores de Arex para recibir asesoramiento sobre cómo exportar productos a China, Corea del Sur, Israel, Brasil o Emiratos Árabes (entre los 45 países presentes) y escuchar la opinión de los agentes comerciales sobre sus proyectos presentados. Desde la empresa pública Arex informan de que, el día antes del encuentro, ya se habían concertado 650 entrevistas y había más de 200 empresas apuntadas a los talleres.

Ya han pasado cinco años desde el primer encuentro internacional y, según informan desde la empresa pública, en cada edición la participación aumenta en un 20%.

Aragón Exterior fue creada en 2005 con el objetivo de asesorar a empresas aragonesas en el ámbito de la internacionalización y plantearles proyectos importadores y exportadores a su medida. En 2013, cerca de 800 empresas recurrieron a este órgano comercial público y se confeccionaron más de 500 planes individualizados.

En el acto de inauguración ha estado presente la presidenta del Gobierno de Aragón, Luisa Fernanda Rudi, quien ha recordado que el Ejecutivo aragonés ha destinado 1,5 millones de euros al año para apoyar la actividad internacional de las empresas. En la última convocatoria se han recibido 150 solicitudes.

Para Luisa Fernanda Rudi los empresarios y los emprendedores son el valor más seguro para mantener la firmeza de la recuperación económica. "Los empresarios ponéis en valor las mejores capacidades de la sociedad aragonesa para hacer frente a los desafíos que se nos plantean. Sois el valor más seguro para mantener la firmeza de la recuperación económica".

La presidenta ha recordado el compromiso del Ejecutivo que preside con la internacionalización. Un apoyo que se basa, como ha explicado, en tres líneas bien definidas: "la salida a nuevos mercados, la atracción de inversión extranjera a Aragón y la creación de sistemas de ayuda para que nuestras empresas puedan acceder a las licitaciones fuera de nuestro país en proyectos de cooperación al desarrollo".

Porque ante el desafío de la internacionalización, para Luisa Fernanda Rudi "apoyar a empresarios y emprendedores, mediante el establecimiento de unas condiciones óptimas para su trabajo es una de las mejores acciones que podemos acometer para que Aragón alcance mayores cotas de desarrollo y, con él, de empleo y de bienestar social", ha dicho.

"El crecimiento de las oportunidades laborales como garantía del progreso económico y social al que aspiramos debe ser nuestra meta", ha concluido la presidenta de Aragón.

Autopista hacia el exterior

Arex ha concertado en solo dos días más de 650 entrevistas personales entre sus 33 delegados comerciales y las pymes aragonesas interesadas en posicionarse en el extranjero

R. L. M.
rlopez@aragon.elperiodico.com
ZARAGOZA

JAIME GALINDO

▸▸**En el Hiberus** ▷ Los delegados de Aragón Exterior asesoraron ayer a decenas de empresarios.

La firma Aranela, dedicada a la elaboración de cosmética 100% natural, abrió su laboratorio en el municipio oscense de Santalecina en el 2003. Desde entonces, esta pyme aragonesa no ha dejado de crecer y ya da empleo a cerca de 20 personas. Hace unos años, sin embargo, comenzó a notar los efectos de la crisis y su ritmo de crecimiento se aminoró. «Sabemos que si queremos seguir avanzando nos tenemos que posicionar en otros mercados, porque en España el consumo ha caído mucho», subraya el cofundador de Aranela, José Abizanda. Con ese claro objetivo acudió ayer al V Encuentro Internacional de Aragón Exterior (Arex), celebrado en el hotel Hiberus.

Como él, cientos de empresarios fueron asesorados por delegados comerciales de más de 40 países que destacaron el interés de las pymes aragonesas por conquistar nuevos mercados. De hecho, la empresa pública de la DGA había concertado más de 650 entrevistas individuales entre los dos días que dura el encuentro.

«Este tipo de jornadas son muy útiles porque en 48 horas una empresa puede saber qué aspectos le faltan para exportar o si ha elegido bien los países en cuestión», explica el delegado comercial de Arex en China, Rafael Llopis, que lleva 13 años trabajando con el gigante asiático. Su agenda está repleta de entrevistas con empresas «de todo tipo de sectores», aunque la agroalimentación gana por goleada. «En China hay mucho interés por los productos españoles y ahora también es un mercado muy interesante para la agricultura, ya que se está vendiendo mucha alfalfa», señala Llopis, que apunta que la clase media china ha crecido mucho en los últimos años y, por tanto, la capacidad de consumo también se ha disparado.

El veto ruso

Algo parecido ocurre en Rusia, aunque el delegado comercial de Arex en este país, Karlos Landeta, aconseja aterrizar primero en países «más cercanos y sencillos». Como no podía ser de otra forma, Landeta reconoce que el veto a varios alimentos de la UE «está haciendo mucho daño», sobre todo en el sector frutícola, pero confía en que se solucione pronto. «El resto de mercados funciona con total normalidad», indica Landeta, que dice que en Rusia «hay un gran déficit en equipamiento industrial».

Donde «todo está por hacer», según su delegado comercial, José Arnau, es en Rumanía. «Es como España hace 25 años, por eso hay mucha oferta pública, además de la mano de obra barata, que atrae a muchas empresas», señala. Otra de las zonas «con mayor potencial de crecimiento» es India y el sudeste asiático, aunque las empresas aragonesas aún están «mal posicionadas». «Vemos que como ahora no tienen muchos recursos, lo que quieren son resultados a corto plazo y no diseñan una estrategia a años vista, que es como hay que entrar en India», explica Carolina Rius.

En cualquier caso, la mayoría de delegados coinciden en que el empresario de la comunidad suele tener un perfil conservador a la hora de exportar e incluso es «demasiado precavido».

Según apuntan desde Arex, China, Alemania y Emiratos Árabes son las zonas que más interés han despertado este año entre las pymes aragonesas. A Daniel Bolea, de Muebles Bolea, le gustaría hacer negocios en este último país. «Los sillones que hacemos nosotros son de un corte más clásico y eso suele gustar allí», indica. El joven, que representa a la tercera generación de la empresa, se fue ayer con «buenas sensaciones» de la jornada. «Ya vendemos fuera el 70% de nuestra producción, pero esperamos exportar más porque el mercado en España está bastante parado». ≡

Internacionalización | El dinero mejor invertido es el que se emplea en hacer un análisis previo del mercado al que se quiere exportar, según Antonio Alfonso Avello, directivo de FCC, que inauguró las V Jornadas de Arex

Manual de errores en exportación

Ante el imperativo de exportar para sobrevivir al que se ven sometidas muchas empresas, Antonio Alfonso Avello, director general internacional de FCC Medioambiente, quiso dejar ayer meridianamente claro que lanzarse en plan «paracaidista» a abrir mercados en otros países normalmente tiene como resultado «sonoros fracasos», y que hay que medir muy bien los riesgos.

Invitado por APD, su conferencia 'Competitividad e internacionalización: palancas de crecimiento' sirvió para abrir el telón de las V Jornadas sobre la Internacionalización de la Empresa Española organizadas por Aragón Exterior (Arex), que durante dos días, y en el hotel Hiberus, pone a disposición de las empresas a sus 45 delegados comerciales.

«En FCC llevamos más de 40 años trabajando en mercados de fuera de España y aunque cuando hablamos de expansión internacional se tiende a contar lo mejor, quiero decir que también hay experiencias negativas y que el camino es difícil y tortuoso». Estas palabras de Avello fueron el preludio de un auténtico manual de errores en exportación. «No se puede ir sin haber invertido tiempo y recursos en un análisis previo del mercado en ese país. Tampoco conviene simplificar en exceso y pensar que porque un producto nos funciona en España nos va a funcionar en otra parte». Hay que evitar también, señaló el responsable de FCC, «el cortoplacismo». «A los mercados exteriores hay que ir con visión de largo plazo y anualmente revisar nuestra presencia allí». Además, según Avello, «fuera no atan los perros con longaniza y los mismos problemas de competencia o cambio en el marco normativo te los puedes encontrar en otros lugares, con lo que conviene ir preparado. También para asumir las diferencias culturales que son claves para adaptarse y conseguir clientes». La precipitación y las prisas son malas consejeras, recordó, ante un centenar de empresarios. «Elegir mal el socio local puede poner en riesgo tu propia reputación. FCC tuvo una experiencia negativa en un país latinoamericano donde el social local con el que firmamos una alianza al 50% se dedicó a robarnos el dinero. A veces una retirada a tiempo puede considerarse una victoria», advirtió. Y recomendó también no obsesionarse con la internacionalización ya que, apostilló, hay empresas magníficas como Mercadona o El Corte Inglés que prácticamente no venden nada en el exterior: «No todo pasa por salir fuera», dijo. Eso sí, animando al que quiera hacerlo a dar el paso con un control minucioso de los riesgos y la premisa de que una empresa necesita ser competitiva en los mercados locales antes de salir fuera.

El colofón lo puso la presidenta del Gobierno aragonés, Luisa Fernanda Rudi, que reiteró el compromiso del Ejecutivo aragonés con la internacionalización apoyando la salida a nuevos mercados, la atracción de inversión extranjera y la ayuda a empresas aragonesas para acceder a las licitaciones fuera de España. Recordó que en estos tres años de gestión, la DGA ha destinado unos 4,5 millones para apoyar la actividad internacional de las empresas y que para la convocatoria de este año hay más de 150 solicitudes.

M. LLORENTE

2 de octubre de 2014

elEconomista.es

Aragón Exterior cierra su encuentro internacional con más de 900 contactos de empresas con expertos en mercados exteriores

Tweet 11
Compartir 0
g+1 0
Share
Wow! 0

elEconomista.es 2/10/2014 - 19:19

Más noticias sobre:

- Aragon
- Alemania
- Empresas

La demanda de entrevistas personales ha crecido un 13% en comparación con la edición anterior. Los mercados de Emiratos Árabes, China y Alemania son los que más interés han generado entre las empresas.

"Hay oportunidades en todo el mundo. Hay países cercanos y fáciles en los que, aunque no se registren grandes crecimientos, las empresas aragonesas son muy competitivas y tienen muchas oportunidades, y también hay otros de gran crecimiento -como los iberoamericanos o del Sudeste asiático y África subsahariana- en los que la economía crece mucho, como Senegal o Angola, donde hay muchas oportunidades también", ha señalado el director gerente de Aragón Exterior (Arex), Ignacio Martínez de Albornoz, en la jornada de clausura del V Encuentro Internacional de delegados de la empresa pública, que cierra esta tarde sus puertas en el hotel Hiberus de Zaragoza.

Esto es precisamente lo que han podido comprobar las compañías aragonesas durante dos días. **Las empresas han tenido más de 900 contactos con la red de expertos internacionales de Arex, que este año ha cubierto un conjunto de 45 países de los cinco continentes**, especialmente a través de entrevistas personales para analizar sus opciones en los distintos mercados y también mediante la realización de talleres-coloquio específicos. El aumento en el número de entrevistas supera el 13% respecto a la edición anterior.

Los 33 delegados de Aragón Exterior han podido comprobar el interés creciente por salir al exterior de las empresas aragonesas de todos los sectores económicos, una realidad corroborada por Arex. La actividad de asesoramiento de esta empresa pública, adscrita a al Corporación Empresarial, se ha incrementado un 12% anual en los últimos cuatro años.

En esta ocasión, **Emiratos Árabes, Alemania y China han sido los destinos que mayor expectación han despertado**, a juzgar por las decenas de consultadas recibidas durante el Encuentro. Perú, Colombia o el Sudeste asiático se han convertido en destinos muy demandados también en las últimas ediciones de la cita internacional.

Pese a todas estas oportunidades, Martínez de Albornoz ha recordado que, para evitar el fracaso en la aventura exportadora, "hay que ir muy bien asesorado, no todas las empresas pueden ir a todos los países ni todos los productos tienen hueco en los mercados internacionales". Conocer las culturas singulares de los destinos y el idioma y, sobre todo, estar dispuesto a ser constante y paciente en la apertura de los mercados son factores a tener en cuenta. "Este Encuentro sirve, entre otras cosas, para centrar objetivos y ver qué pueden vender y cómo pueden salir las empresas fuera de España", ha concluido el director de Arex.

La jornada de hoy ha contado con la visita de la Embajadora de Nicaragua en España, Verónica Rojas, quien ha atendido personalmente las consultas de empresas con proyectos para ese país, tras reunirse con el consejero de Economía y Empleo, Francisco Bono. Además, durante la jornada de hoy han continuado los talleres coloquio enmarcados en el encuentro, en los que han participado casi 200 compañías.

En esta quinta edición, el Encuentro de Arex -inaugurado el pasado miércoles por la Presidenta de Aragón, Luisa Fernanda Rudi- ha contado con el patrocinio de CESCE y La Caixa. Esta última ha participado activamente con la presencia de un grupo de técnicos expertos en financiación en seis países de destino prioritario para las pymes aragonesas.

2/10/2014

El quinto Encuentro Arex finaliza con más de 900 contactos comerciales

El encuentro de empresas y delegados comerciales organizado por la empresa pública Arex termina hoy, tras dos días de consultas, con más de 900 contactos entre entidades comerciales y representantes internacionales. En esta edición, las entrevistas han aumentado en un 13%. Emiratos Árabes y China han sido las consultas estrellas.

Las entrevistas entre empresas y delegados han aumentado un 13% con respecto al año pasado

Zaragoza.- "Hay oportunidades en todo el mundo. Hay países cercanos y fáciles en los que, aunque no se registren grandes crecimientos, las empresas aragonesas son muy competitivas, y también hay otros de gran crecimiento, como los iberoamericanos o del Sudeste asiático, en los que la economía crece mucho, como Senegal o Angola". Así ha concluido el director gerente de Aragón Exterior, Ignacio Martínez de Albornoz, la jornada de clausura del quinto Encuentro Internacional Arex, que cierra esta tarde sus puertas en el hotel Hiberus de Zaragoza.

En total, las compañías aragonesas que a lo largo de estos dos días han acudido a la cita, han tenido más de 900 contactos con la red de expertos internacionales de Aragón Exterior, que este año ha cubierto un conjunto de 45 países de los cinco continentes. Con respecto al año pasado, las entrevistas con los especialistas internacionales se han incrementado en un 13%.

Según la organizadora delevento, Arex, "los 33 delegados de Aragón Exterior han podido comprobar el interés creciente por salir al exterior de las empresas aragonesas de todos los sectores económicos". Desde la empresa pública también han informado de que la actividad de asesoramiento de esta empresa pública se ha incrementado un 12% anual en los últimos cuatro años. En esta ocasión, Emiratos Árabes, Alemania y China han sido los destinos que mayor expectación han despertado, a juzgar por las decenas de consultadas recibidas durante el Encuentro. Perú, Colombia o el Sudeste asiático se han convertido en destinos muy demandados también en las últimas ediciones de la cita internacional.

Pese a todas estas oportunidades, Martínez de Albornoz ha recordado que, para evitar el fracaso en la aventura exportadora, “hay que ir muy bien asesorado, no todas las empresas pueden ir a todos los países ni todos los productos tienen hueco en los mercados internacionales”. "Este Encuentro sirve, entre otras cosas, para centrar objetivos y ver qué pueden vender y cómo pueden salir las empresas fuera de España", ha concluido el director de Arex.

La jornada de hoy ha contado con la visita de la embajadora de Nicaragua en España, Verónica Rojas, quien ha atendido personalmente las consultas de empresas con proyectos para ese país, tras reunirse con el consejero de Economía y Empleo, Francisco Bono. Además, durante la jornada de hoy han continuado los talleres coloquio enmarcados en el Encuentro, en los que han participado casi 200 compañías.

En esta quinta edición, el Encuentro de Arex –inaugurado el pasado miércoles por la Presidenta de Aragón, Luisa Fernanda Rudi- ha contado con el patrocinio de CESCE y La Caixa. Esta última ha participado activamente con la presencia de un grupo de técnicos expertos en financiación en seis países de destino prioritario para las pymes aragonesas.

AREX promueve más de 900 contactos en su cita internacional

Las compañías aragonesas han mantenido más de 900 contactos con una red de expertos internacionales dentro del V Encuentro Internacional de Aragón Exterior (AREX), clausurado ayer y que este año ha cubierto un conjunto de 45 países de los cinco continentes. El aumento en el número de entrevistas supera el 13% respecto a la edición anterior.

HERALDO DE ARAGÓN
Difusión: Regional
Periodicidad: diaria
ODJ: 58352
EGM: 282000

HERALDO
DE ARAGON

05 - OCTUBRE - 2014
(domingo)
nº pagina: 4
Supl: Suplemento Economía

A fondo

Los bienes de consumo y el sector servicios tienen enormes posibilidades en China con una clase media en crecimiento y gran capacidad de demanda. Los expertos animan a las empresas a hacerse un hueco en el país

«SIEMPRE HAY QUE MIRAR A CHINA»

Cuando tienes mil millones de personas viviendo en China y 500 o 700 millones más en los países de alrededor, es decir, un 40% de la población mundial, «es un mercado al que no puedes dejar de prestar atención». Es lo que piensa Rafael Llopis, delegado comercial de Aragón Exterior (Arex) en el gigante asiático. Entre entrevista y entrevista con empresas en el hotel Hiberus, donde esta semana ha tenido lugar el V Encuentro Internacional Arex, asegura que «siempre hay que mirar a China». Aunque producir allí ya no sea tan barato como antaño dado que el nivel de vida va subiendo, piensa que las oportunidades son inmensas sobre todo en el sector servicios y de bienes de consumo.

«Hay que estar en China para producir, vender o ver lo que está pasando». Y la mejor manera de hacerlo, por ejemplo en el sector agroalimentario y moda y calzado, es buscándose un agente comercial «al que pagas todos los meses para que te abra mercado» o encontrando un distribuidor que sea el adecuado. «Si eres empresa muy pequeña esa es la opción. Para las que tienen cierto volumen de ventas, recomiendo empezar con un estudio de mercado propio o subcontratándolo con Arex y luego iniciando la búsqueda del importador o poniendo una persona a trabajar allí». Otra fórmula, indica Llopis, es hacer una 'joint venture' con una firma del país, pero hay que hacerlo bien asesorad.

Rafael Llopis, delegado de AREX en China. OLIVER DUCH

Elias Peterle, delegado en Corea del Sur. G. MESTRE

En los últimos años, Aragón ha registrado un incremento del 12% anual en la cifra de empresas que exportan, según datos de Arex

Los expertos recomiendan ir siempre asesorados, no ahorrar recursos en encontrar el mejor socio o 'partner' y no ir con mentalidad cortoplacista

En España hay una gran oportunidad para que empresas grandes y pequeñas se acompañen en esta aventura. Tienen que ir de la mano

Y es esta fórmula la que recomienda Llopis para el sector turístico aragonés. «Aragón tiene un potencial brutal para el turismo. Lo que hay que vender es la marca Aragón y que el sector turístico privado aragonés entienda que hay que ir unidos y encontrar partners que te muevan el producto en China». A su juicio, queda mucho por hacer, pero «Aragón sí puede convertirse en una potencia de captación de turismo chino. No digo a la altura de Barcelona, Madrid o Sevilla pero justito detrás de esas ciudades sí podríamos estar».

Un gran mercado para vender

Habiendo asesorado a cientos de empresas aragonesas en los últimos años, Rafael Llopis insiste en que China es una gran oportunidad. «Me acuerdo de Pikolin, que al principio tenía un proyecto de abrir tiendas propias con un socio chino. Aunque aquello no salió como esperaba, esta gran empresa no dejó de mirar al mercado chino y cuando lo tuvo todo estudiado compró Dunlopillo. Se lanzaron porque sabían lo que era el mercado chino y habían aprendido. Y ahí están, no en China sino en toda Asia».

El delegado comercial de Arex destaca que tal vez «el país ya no es lo que era para ir a buscar precio, pero sí para vender. Hoy por hoy en China puedes vender cualquier cosa. Hace unos años era sobre todo producto industrial o materias primas, pero ahora es el producto de consumo en moda y calzado el que está entrando. También el aceite. «Ha ido creciendo poco a poco con aumentos del 20 o el 30% anual». Lo mismo, en restauración, comenta. «En Shanghai hace tres años había 7 u 8 restaurantes españoles. Ahora hay más de 40. Y no solo es eso. Un restaurante español que facture un millón, consume unos 200.000 en producto importado de España entre el cerdo, el vino, etc. Ahí hay un mercado que está creciendo». Lo mismo está pasando con la venta on line. Según Llopis, «en China representa un 10% del total de las ventas y es un canal comercial muy importante y más barato que el convencional. Lo que hay que hacer es encontrar importadores que te desarrollen la plataforma para introducirte».

Realmente, concluye Llopis, «en cualquier tipo de servicio y producto de consumo puede haber mercado porque las clases medias chinas ya compran productos que adquiere la clase media en cualquier parte del mundo. China es un mercado muy bueno para todo».

Una afirmación que comparte Antonio Alfonso Avello, director general de FCC Medioambiente, que inauguró este V Encuentro Internacional Arex. «En China y en la India existe una gran demanda. Eso es indudable. A pesar de cierta desaceleración siguen creciendo a tasas que ya nos gustaría tener en España o en Europa, pero son mercados muy difíciles porque la competencia local es muy fuerte», asegura. «Las empresas de allí son muy potentes y nos cuesta competir. Nuestro modelo de gestión es poco competitivo en países donde temas como la seguridad y la salud se ven de manera algo más laxa. Además el coste de mano de obra de las industrias chinas tanto en China como fuera de China es inferior al nuestro y eso es otra desventaja competitiva». Por eso, recuerda

COREA DEL SUR «El idioma de los negocios es el inglés. Mejor no usar coreano»

Elias Peterle, de origen alemán pero afincado en Corea del Sur desde hace una década, lleva un año colaborando con Aragón Exterior. Lo hace a través de la consultora en la que trabaja, Nowak&Partner, y dice que son empresas de todos los sectores –tanto farmacéutico como de telecomunicaciones, automoción, energía o industria química– las que se interesan por abrir mercado en este país. «Lo primordial», dice, es encontrar el socio adecuado. Algunas empresas, explica, «mandan a su gente, pero lo que ocurre muchas veces es que el expatriado no se siente cómodo en este entorno. Los coreanos tienden a trabajar muchas horas y esperan que sus directivos también lo hagan y si uno llega con la mentalidad de hacer sus ocho horas y marcharse, ellos no lo van a entender». Peterle asegura que en pocos países ha visto lo que en Corea en cuanto a conexión entre vida personal y profesional. «Están muy ligadas entre sí y las empresas funcionan como familias en Corea. Desde luego, eso tiene sus ventajas e inconvenientes, pero hay que saber adaptarse». Por eso, la principal recomendación que da Peterle es elegir bien al personal adecuado porque en Corea encuentras trabajadores muy cualificados y con un nivel de especialización muy alto en su sector pero es más difícil encontrar personas con una formación más amplia y versátil. La segunda, es no tratar de hablar coreano en las reuniones de negocios. «Si uno está en Corea, claro que debe aprender unas palabras de coreano pero que no se te ocurra utilizarlas en las reuniones profesionales porque entonces el coreano te arrastra hacia su ámbito social y estás perdido. Lo mejor es hablar inglés, el idioma para los negocios, porque así los llevas a tu terreno». Conviene saber también, añade, que los coreanos son muy exigentes en plazos. «Conozco el caso de una empresa canadiense que hacía el chasis del Hyundai y como se retrasaban en los pedidos, cambiaron de proveedor rápidamente», advierte.

CON MERCADO EN COREA DEL SUR

SIMILDIET «Acabamos de entrar en Japón, que es un destino muy difícil»

Cinco años lleva la empresa aragonesa Simildiet, fabricante de cosméticos, vendiendo sus productos en Corea del Sur. «Empezamos en 2009», explica Almudena Ruiz, directora de Exportación de la firma. «En 2008 estuvimos en la feria Cosmoprof, la más importante a nivel internacional, que se celebró en China. Compartimos el stand de España con otras empresas y fuimos apoyados por el Icex. Allí conocimos a los distribuidores que nos han abierto mercado en Corea. La relación es muy fluida. Han hecho un par de viajes aquí para vernos y nuestras ventas allí suponen un 15% del total de lo que exportamos».

Asia es un mercado con enorme potencial, reconoce la adjunta a dirección de Simildiet. «Estamos en Corea del Sur, pero también en Indonesia y Filipinas. Y acabamos de entrar en Japón. Es un destino muy difícil. Nos ha costado, pero ya estamos allí».

Diana Allué, empleada de Simildiet en el V Encuentro Arex. G. MESTRE

Con una exportación que supone el 70% de la facturación de Simildiet –empresa nacida en 1993 y en la que trabajan 14 personas–, Almudena Ruiz aconseja si se quiere salir al exterior hacer un estudio de mercado para ver si tu producto encaja o has de adaptarlo e «ir siempre de la mano de expertos» y recuerda que en Aragón hay grandes profesionales tanto en Arex como en Cámara de Comercio. «Con Aragón Exterior estamos trabajando ahora en un proyecto para introducirnos en el sudeste asiático. Hicimos otro anterior para abrir mercado en la India, pero va lento», explica. Sin embargo, Asia, en general, está teniendo un crecimiento exponencial.

En este sentido, en Corea del Sur, que no es un mercado al uso, la «respuesta en ventas es muy buena», corrobora Diana Allué que también trabaja en el departamento de Exportación de Simildiet. «No ha habido ningún problema con los distribuidores. Al revés, la relación es muy estrecha y directa». Con conocimientos de inglés, francés, alemán y algo de chino, Allué destaca la vocación exportadora de Simildiet. A los dos años de su creación, recuerda, la empresa ya empezó a exportar. Actualmente tiene presencia en 40 países como México, Colombia, Ucrania, Rusia, China o Japón. «Además de buscar nuevos mercados, el secreto consiste en cuidar mucho los que ya tienes para consolidarlos a futuro», advierte esta joven profesional.