

ABC CON LOS EMPRENDEDORES

«Los productos españoles están más valorados en el extranjero que aquí»

ENTREVISTA

Javier García-Inés
Director de OEC

LUIS M. ONTOSO
MADRID

Cuenta Javier García-Inés, director de Origen Español Certificado, que, aunque no se muestra partidario de las subvenciones, «nunca» ha visto «una ayuda». Hace un año y medio, este emprendedor (o «empresario», como matiza él) decidió crear un sello para unificar los productos íntegramente fabricados en España y distinguir los que cuentan con la etiqueta «made in Spain» pero que han sido elaborados en el extranjero y que, a su juicio, merman el atractivo de la marca España.

—¿Qué es Origen Español Certificado y por qué decidieron crearlo?
—Es un proyecto que está creado para dar una información al consumidor verídica sobre el origen de fabricación y para ayudar a la industria española a ser mucho más competitiva, darle visibilidad y transparencia frente al consumidor. El objetivo es que todo ello las ayude a que los productos de la sociedad española puedan ir todos unidos al exterior. Para el mercado nacional, lo que el sello quiere proyectar es la importancia de la decisión del consumidor, que valore lo que implica su compra en su país.

—¿Cree que no se ha vendido bien la marca España?

—En España hemos sido torpes. Nunca le hemos dado importancia. Todo lo contrario. Es más, todavía ahora está más valorado el producto español en el extranjero que aquí. Una empresa que fabrica bolsos y productos de lujo nos decía recientemente que nunca había especificado su fabricación española porque creían que se asociaba a conceptos negativos. Al llegar a un acuerdo con un empresario de Hong Kong, este les reclamó que pusieran el «made in Spain», porque el producto tenía así un 50% más de valor.

—¿Preparan nuevos proyectos?

—Queremos ir paso a paso, creciendo poco a poco y proyectar la filosofía del esfuerzo. Algunos empresarios nos decían que no tenían visibilidad en las tiendas, porque los otros productos que ponen «made in Spain» pero que no están fabricados en nuestro país son mucho más baratos. Y ningún distribuidor es tan tonto como para adquirir un producto más caro.

—¿La fragmentación territorial es uno de los problemas de la marca España?



Javier García-Inés, director del sello Origen Español Certificado. ISABEL PERMYU

—Yo creo que es el problema, el origen. Uno de nuestros problemas es que tenemos cierto complejo de ser españoles, otro es que cada comunidad autónoma cuenta con su normativa, con su sello promocional. Las denominaciones de origen, por ejemplo, funcionan muy bien en el ámbito regional, pero no a nivel internacional.

Una enseña dividida
«Uno de los problemas de la marca España es la fragmentación territorial»

—¿Lo tienen los emprendedores difícil en este país?

—Lo tienen muy complicado. A nosotros en todas las oficinas de emprendedores nos dijeron que nos olvidáramos. Cuando íbamos a los bancos nos decían que si existían líneas de financiación ICO, pero nos obligaban a poner como aval nuestras casas, coches... Yo soy contrario a las ayudas y por ello no las pido, pero también pido que no se pongan zancadillas. Ha sido muy difícil encontrar financiación, pero como es un proyecto con muy buena aceptación, muy emocional, hemos tenido inversores privados.

ABC te trae gratis el curso ESIC de Emprendimiento y Gestión



Con el objetivo de facilitar las bases necesarias para iniciar un proyecto empresarial y ayudar al salto profesional definitivo, ABC regala a sus lectores el Curso ESIC de Emprendimiento y Gestión Empresarial. La primera entrega, que incluye el primer libro y CD-ROM, llega gratis este domingo 8 con ABC. A partir del próximo lunes 9, se entregará de manera gratuita de lunes a jueves un CD-ROM. Cada unidad semanal se completará con un libro de texto los viernes por tan sólo 6,99 euros. Toda la información está disponible en: www.abc.es/curso-esic-emprendimiento

A PARTIR DEL SÁBADO

Iberia lanza un billete «low cost» para volar sólo con equipaje de mano

L. M. ONTOSO

Dentro del plan de renovación de su política comercial, Iberia pondrá en marcha el próximo sábado una nueva tarifa cuyo principal objetivo es competir en el segmento de las aerolíneas «low cost». Además de los billetes ya existentes —«clásico» y «flexible»—, los clientes que decidan volar sólo con equipaje de mano podrán adquirir el billete «básico», que incluye mayores descuentos. Estas tarifas podrán solicitarse en prácticamente todas las rutas nacionales y europeas operadas por Iberia o las aerolíneas del grupo (Iberia Express y Air Nostrum), según anunció el director comercial de Iberia, Marco Sansavini. La conexión Madrid-Londres, que comparte con la socia de Iberia en IAG, British Airways, constituirá una excepción: no se aplicarán estas tarifas puesto que, explicó Sansavini, «sería extraño llevar a cabo esas rutas con condiciones comerciales distintas».

REFORMA DE LAS PENSIONES

El PSOE augura que «los pensionistas acabarán en la indigencia»

Ningún grupo de la oposición mostró ayer su satisfacción por la reforma de las pensiones planteada por la ministra de Empleo, Fátima Báñez. Las críticas fueron unánimes, aunque el PSOE fue el grupo más virulento con su portavoz, Soraya Rodríguez, pronosticando que los pensionistas que perciben mensualidades más bajas acabarán en «una posición de indigencia» dentro de diez años si la inflación se mantiene en el entorno del 2% anual. «Nos vamos a oponer de forma clara y radical», advirtió, informa A. I. Sánchez.

RESTAURACIÓN

Vips vende el 49% de Starbucks a su matriz

Vips ha vendido el 49% de la sociedad Starbucks Coffee España a Starbucks EMEA, subsidiaria de Starbucks Coffee Company, con el fin de reforzar su estabilidad financiera y acelerar la finalización de su plan de transformación. Esta transacción no tendrá ningún impacto en las operaciones diarias de la marca en España.