“El potencial de los aceites de oliva de Castilla-La Mancha se basa en su calidad”

Entrevista a Fernando Laviña-Richi, director del Instituto de Promoción Exterior de Castilla-La Mancha (IPEX).

Por Juan Herrera, periodista agroalimentario

Los aceites de oliva de Castilla-La Mancha son cada vez más conocidos en los mercados internacionales, y muestra de ello es el aumento paulatino que han registrado las exportaciones en los últimos años. ¿Cuál es el secreto del éxito?

Las empresas del sector agroalimentario, y en concreto las empresas del sector del aceite de

oliva, han sabido adaptarse perfectamente a los gustos y tendencias que se originan en los distintos mercados exteriores. Durante estos últimos años han sabido, con esfuerzo, poner en valor un producto que es la grasa más saludable de cuantas se utilizan en las cocinas internacionales, poniendo al aceite de oliva español al frente de los mejores estándares de calidad y diferenciación.

Las empresas están cada vez más preparadas, conocen mejor los mercados y sus consumidores, lo que les permite valorar que es necesario ser flexible para adaptarse al consumidor internacional. Esa es la clave del éxito.

¿Hacia dónde debe caminar el sector para lograr consolidar e incrementar su negocio más allá de nuestras fronteras?

El sector debe estar vigilante en su entorno tanto nacional como internacional. Debe estar alerta de los cambios que sufre o puede sufrir el sector y adaptarse a ellos y ser más competitivos en un entorno donde la presencia de otros actores productores de aceite de oliva buscan su cuota. El tejido empresarial de la Región de este sector está conformado por cooperativas y pymes en su mayoría, en ocasiones de tamaño reducido que las hace más vulnerables a los periodos de crisis, por lo que para revertir esta situación se hace imprescindible el planteamiento de políticas capaces de dotar a las **empresas de mayor tamaño** que les permita poder competir en las mejores condiciones en cualquier lugar del mundo

La **competitividad** y la **innovación** son elementos fundamentales en el desarrollo de las ventajas competitivas de las empresas del sector agroalimentario. Además, estas señas de identidad deben ser comunes a la propia Administración y a los organismos de apoyo a la competitividad y la innovación, para que Administración, empresas y agentes creen sinergias empresariales que redunden en la generación de mejores condiciones económicas y sociales.

¿Cómo calificaría el potencial de los aceite de oliva castellano-manchegos en el mundo?

El potencial de los aceites de oliva de la región se basa principalmente en sus estrictos estándares de calidad que, además, se les exigen en los mercados internacionales. El comprador internacional experto conoce el producto y sus bondades y quiere comprometerse a adquirir aceites que son calidad y mantienen esa calidad de forma constante. Ese trabajo, muchas veces avalado por las figuras de calidad como las Denominaciones de Origen, es un trabajo férreo que les posiciona y favorece sus estrategias de comercialización en otros países.

¿Dónde está el techo comercial del sector oleícola de Castilla-La Mancha?

No podemos hablar de un techo comercial; en el mundo internacional no existe un techo que limite la comercialización, todo lo contrario, en ese mundo los límites se mueven constantemente, evolucionan y se transforman como lo hace la propia demanda, el consumidor, que paga por

productos de calidad y quiere tener a su disposición un alimento que satisfaga sus necesidades. En un mundo cambiante y en constante evolución el límite está´ en saberse adaptar a esos cambios.

Asia, Estados Unidos, Canadá, Australia... Cada vez es mayor el número de consumidores de aceite de oliva del mundo y representan una oportunidad excelente para continuar creciendo. ¿Está preparado el sector para afrontar con garantías un mercado cada vez más globalizado?

El sector del aceite de oliva, en sector agroalimentario regional en general, con sus datos saludables de exportación, ha demostrado estar a la altura de las circunstancias. Aún falta mucho camino por recorrer para que aumente la demanda de aceite de oliva en el mundo, porque pese a que es la grasa más saludable, no es la más utilizada a nivel mundial. Ahí es donde las empresas olivareras tienen un importante camino que continuar para no solo comercializar sino hacer una importante labor de promoción de los aceites regionales y que cada vez más el consumidor comprenda los beneficios que este producto extraído de la aceituna puede aportar a su dieta.

> **“En el mundo internacional no existe un techo que limite la comercialización, todo lo contrario”**

Queremos que las empresas de Castilla-La Mancha sigan creciendo en sus ventas en el exterior por eso Las líneas de actuación del Gobierno de Castilla-La Mancha, han sido diseñadas para atender las características específicas de nuestras empresas, creando servicios personalizados, “soluciones a medida” según la tipología de cada empresa, su grado de internacionalización y sus necesidades específicas.

Castilla-La Mancha es una región que apoya capacidad de las **pymes** para crecer en los mercados internacionales. Las pymes de la región tienen que valorar la posibilidad de enfocar su estrategia a la **apertura comercial a mercados internacionales**, que supongan nuevas fuentes de generación de ingresos. Es esencial que la Administración Regional lidere la internacionalización de Castilla-La Mancha a través del **Instituto de Promoción Exterior de Castilla-La Mancha (IPEX**), diseñando, elaborando y ejecutando un **Plan de Internacionalización único de Castilla-La Mancha** en el que se integren y coordinen las diferentes actuaciones que se desarrollen por la Administración Regional, así como por todos los organismos y entidades que trabajan en el apoyo y fomento de la internacionalización.