

El II Plan Estratégico incide en mejorar las ventas de los productos jienenses

Prevé la creación en Madrid de una tienda de productos agroalimentarios jienenses

■ JORGE GARCÍA

Una asignatura pendiente de la industria jienense es la comercialización de sus productos. Así se pone de relieve en el II Plan Estratégico de la provincia de Jaén, en el que uno de sus proyectos estructurantes persigue solventar esta situación. Es, además, una acción que está marcada con una prioridad de ejecución muy alta por parte de la Fundación Estrategias para el Desarrollo de la Provincia de Jaén, la encargada de la elaboración del Plan. De esta manera, la creación de nuevas plataformas 'on-line' y físicas o el impulso a las exportaciones son algunas de las actuaciones a desarrollar hasta el año 2020 para mejorar la comercialización de los productos de las empresas jienenses y que recoge este II Plan Estratégico de la provincia.

Son varias las actuaciones que el Plan propone para estimular la salida de los productos hechos en Jaén. Entre ellas destaca la puesta en marcha de una plataforma 'on-line' para el comercio electrónico de los productos fabricados o producidos en la provincia. Esta iniciativa consiste en la creación de un portal web en el que tengan cabida todas las empresas productoras de la provincia y su propósito es servir de estímulo a la comercialización. Igualmente, se prevé crear una imagen corporativa que identifique a la producción industrial jienense.

La promoción de los productos del sector agroalimentario es otro de los objetivos que recoge el plan estratégico. En este sentido se proponen varias actuaciones y en línea con las pautas que ya ha marcado el proyecto 'Sabores de Jaén', que se ha desarrollado entre los años 2008 y 2011. De esta manera, se propone la creación de una tienda piloto de productos agroalimentarios jienenses en Madrid y la ubicación de cóners para la promoción y comercialización en los aeropuertos de Barajas, también en Madrid, y en el del Prat de Barcelona. Igualmente, también se propone la instalación de estos cóners en las áreas de servicio de entrada y salida de la provincia y en establecimientos hoteleros.

Colaboración

Otros proyectos son en colaboración con las Cámaras de Comercio de Soria y de Teruel. Con ellas se han previsto diversas actuaciones como es la promoción en mercados nacionales de productos agroalimentarios de cada una de las tres provincias y la creación de un pack promocional de productos agroalimentarios gourmet, delicatessen y tradicionales.

El plan estratégico recoge, igual-

mente, otras acciones para el impulso de la venta de los productos jienenses como es la asistencia agrupada de empresarios de la provincia a ferias agroalimentarias de carácter internacional y, también, potenciar la consolidación y el posicionamiento de la 'Plataforma de Comercio Electrónico de Productos Agroalimentarios para Pymes de la Provincia de Jaén'. Como señala el plan, esta plataforma de comercio 'on-line' es un instrumento que ya supone un claro apoyo al crecimiento de las empresas agroalimentarias jienenses porque las dota de una mayor efi-

ciencia en sus procesos y proyecta sus productos en nuevos mercados.

Exportación

La Fundación Estrategias señala que aún son escasas las empresas de la provincia que tienen presencia en el mercado internacional. Por este motivo, el nuevo plan estratégico plantea algunas actuaciones para impulsar la exportación y la presencia de más productos jienenses en los mercados extranjeros.

El proyecto 'Jaén exporta' será una de las banderas de apoyo al desarrollo del comercio exterior de la pro-

ducción provincial. En este apartado se prevé la creación de dos comités, uno directivo y otro técnico, para que coordinen las iniciativas que se emprendan desde distintas instituciones como el ICEX, Extenda, la Diputación de Jaén o la Cámara de Comercio. Además, se propone aprovechar los portales web de la Diputación y de la Cámara de Comercio para regularizar las demandas de las empresas y de las asociaciones empresariales e impulsar la internacionalización de las actividades de ferias y congresos de la provincia mediante la colaboración con IFEJA.

Otra vía de impulso del comercio exterior se fija en la red de oficinas que ya existe en el exterior, como pueden ser las oficinas de representación de la Junta de Andalucía en Marruecos y otros países para, desde

ellas, canalizar la oferta de productos y servicios de la provincia además de buscar fórmulas de cooperación con las cámaras de comercio instaladas en dichos territorios.

La Fundación Estrategias justifica la puesta en marcha de este proyecto de mejora de la comercialización porque, a pesar de que Jaén cuenta con un grado de industrialización superior a la media andaluza (en términos de Valor Añadido Bruto y empleo), sin embargo, este dato no tiene un adecuado reflejo en la comercialización de los productos industriales jienenses y son escasas las empresas de la provincia que tienen presencia en el exterior.

El plan apuesta por espacios de promoción en los aeropuertos de Madrid y de Barcelona

Uno de los objetivos es incrementar la exportación de las empresas de la provincia



Los aeropuertos internacionales de Madrid o Barcelona figuran como escenarios de acciones de promoción de los productos de Jaén. ■ IDEAL