

José María Casero

Diplomado en Empresas y Actividades Turísticas, con estudios en Economía por la Universidad de Málaga y Munich, es Director Gerente de On Spain, empresa innovadora del CEEI de Málaga BIC Euronova. On Spain es un operador turístico especializado en grupos que visitan España, a los que les ofrece una gran variedad de tours a medida en distintas áreas: arte, cultura, historia, deportes, gastronomía, incentivos,...

www.onspain.es



Dicen que a la marca España le queda mucho por recorrer, ¿qué piensa de ello?

Efectivamente, aunque la marca España ha crecido mucho en estos últimos 10 años. De hecho, a pesar de la actual situación económica, las exportaciones aumentan continuamente. Nuestros productos y servicios son cada vez más apreciados por el resto de los países; son sinónimo de confianza, calidad y alta eficiencia. Aún así, debemos simplificar la gestión de nuestras empresas, cumpliendo con los requisitos legales, pero intentando disminuir la carga burocrática que nos lastra. Esta situación nos hace pesados de cara a una respuesta rápida de un mercado internacional cambiante y en el que la agilidad es un bien necesario. Hay ciertas gestiones arancelarias y financieras que retrasan e incluso imposibilitan la internacionalización de muchas empresas españolas.

Gestionan actividades para grupos de Inglaterra, Irlanda, Suecia, Escocia, Alemania, Italia, Francia y Canadá. Muchos vienen para aprender nuestras costumbres y cultura, ¿qué podríamos aprender nosotros de ellos?

La unión de diferentes culturas lleva siempre hacia un mismo puerto: LA RIQUEZA en su más amplia definición. Debemos aprender de países que tienen como mejor bandera su unidad y profesionalidad en el trabajo. Eso no quiere decir que nosotros no lo tengamos, sólo que nuestro “boom internacional” se está dando ahora, cuando ellos llevan ya 50/60 años. Hay que quitarse la imagen del español de los 70 que viajaba en el mítico 600,... Ahora el español es una persona altamente cualificada y reconocida por el resto de la comunidad internacional. Debemos ser permeables al aprendizaje de modelos de negocio y culturales que funcionan en otros países y que aquí también lo podrían hacer.

La gente busca nuevas experiencias, ¿qué valor cobra la innovación a la hora de contratar actividades culturales, educativas y de ocio?

Quien no innova en su gestión empresarial, simplemente está fuera del mercado. La influencia de las redes sociales (facebook, twitter, tuenti,...) está siendo una poderosa herramienta de negocio. Es una manera sencilla y cordial de llegar a potenciales clientes que, en tiempo real, pueden contratar nuestros servicios. Además, hay que estar atentos a las nuevas tecnologías aplicadas a las rutas culturales, a las prácticas deportivas y a las exigencias gastronómicas. “Antes, un alemán se tomaba un pincho de tortilla de patatas, ahora toma una tortilla desestructurada de patatas con aroma de cebolla morada”

On Spain está abriendo mercado en Brasil y Rusia, ¿qué destacaría de estos países a la hora de abrirse camino en ellos?

Actualmente, participamos en un proyecto conjunto con la Cámara de Comercio para abrirnos paso en mercados tan potentes como el ruso y el brasileño. Por buscar analogías, ambos mercados tienen una de las mayores tasas de crecimiento económicas del mundo, en su mayoría porque son ricos en

materias primas (carbón, petróleo, gas,...). Las clases medias han crecido muchísimo y éstas son las franjas de negocio más importantes para nuestra actividad. Además, tanto brasileños como rusos, saben ubicar a España en un mapa, ya que suelen veranear en nuestras costas y actualmente son grandes demandantes de productos típicos como el aceite, el jamón, etc.

¿Qué ventajas tiene trabajar en un Centro Europeo de Empresas e Innovación (CEEI) como BIC Euronova?

Las ventajas que proporcionan son muy importantes para aquellas empresas de ámbito internacional. Estar en el BIC te permite que “te vean y te oigan muuuuy lejos”. El BIC es nuestro oído y nuestro ojo en la negociación internacional. Es un vehículo rápido y fiable a la hora de crear sinergias con otros centros BIC para el desarrollo de relaciones mercantiles a nivel internacional. Además, para empresarios emprendedores proporcionan una estructura ordenada y con buena imagen cara al cliente final.

Dejando a un lado los tópicos, ¿qué ofrece España que no tengan otros países? ¿Y Málaga?

Es difícil dejar al lado los tópicos; en cualquier caso, España es como “un flechazo”. Te enamoras de ella y haces locuras. España, y en particular Málaga, ofrece un nivel de vida envidiado en el resto del mundo. Increíble gastronomía, buena cultura, parajes naturales de los más variados y bellos, buen clima, etc., pero lo más importante es que dicen que “somos buena gente”. En definitiva, nuestra manera de entender la vida hace a quienes nos visita que vuelvan a sus países con muy buen sabor de boca y con el anhelo de volver.

¿Qué opinión tiene de las posibilidades del joven empresario en Andalucía?

AHORA ES EL TIEMPO DE LOS VALIENTES. Sabemos que el contexto socio-económico no es el adecuado, pero es un momento idóneo para los nuevos mercados y las nuevas empresas. Con el tiempo, comprobaremos que lo que digo es cierto. Además, el joven empresario goza, hoy por hoy, de ayudas e incentivos por parte de la administración central y las locales que empujan a la aventura de ser empresario. No quiero dejar en el olvido que el emprendedor andaluz tiene un perfil altamente cualificado y preparado para afrontar la situación actual.

España, déficit en idiomas, ¿qué podríamos hacer para ponernos las pilas?

Lo primero, volver a las aulas de enseñanza primaria. Es urgente que las nuevas generaciones dominen mínimo el inglés como lenguaje mercantil internacionalmente aceptado. Esto que acabo de decir ya lo escuchaba yo cuando era estudiante de EGB y han pasado 20 años y no se ha hecho mucho por el tema. Lo que sí destacamos desde ONSPAIN, es la tendencia alcista en cursos de idiomas para empresarios. Hay un interés creciente porque las plantillas dominen los idiomas y poder abrir nuevos mercados.

Muy personal

Una película Los goonies/ la vida es bella

Su actor o actriz Jack Nicholson / Eduart Norton

Un pintor o cuadro El beso de Gustav klimt

La canción de su vida More than words

Un libro El Principito

Un destino o viaje que le haya marcado Nepal /India

Su rincón preferido de Málaga Una pequeña bodeguita que hay en el club náutico El Candado

¿Dulce o salado? Dulce

¿Dónde nos llevaría a cenar esta noche y el qué? Bar...Tolo, Almayate, comida casera, jamón de la pata