

La firma tinerfeña se asocia con importadores nipones para **comercializar su línea de embutidos para el complejo mercado japonés** siguiendo la senda asiática de otras empresas de Canarias

# Montesano se hace experta en Sudoku

TEXTO: JOSÉ LUIS JIMÉNEZ FOTO: ABC

LAS PALMAS. En la sede de Montesano en Jerez de los Caballeros (Badajoz) han descifrado las claves del comercio internacional y se han entendido con los japoneses. La firma canaria, con apoyo de la Junta de Extremadura y Promociones Exteriores de Canarias (Proexca), ha optado por crecer en uno de los escenarios donde el embutido español es una joya preciada.

Montesano Canarias, empresa tinerfeña en el mercado de la industria cárnica europea, continúa así posicionándose en el exquisito y selecto mercado nipón.

Inicialmente se introdujo en el mercado japonés con los jamones ibéricos y carne de cerdo ibérico elaborado en la planta que Montesano tiene en Extremadura y recientemente se propuso productos elaborados en Canarias, como la mortadela ibérica y el jamón ibérico asado. El presidente y fundador de Montesano, Martín García Gázquez, cuenta en este proceso de internacionalización de la firma con Fujiya, la mayor empresa alimentaria de Japón, y Yonekyu, y distribuidor de la marca en Japón.

La Embajada de España en Tokio no es ajena a este proceso ya través del Icx ha colaborado con la empresa canaria en su proyección en el continente asiático.

## Trabas aduaneras

El proceso de comercialización de porcino en Japón es complejo. Cuando la mercancía llega a Japón, primero la oficina de cuarentena examina el certificado de sanidad animal. Cuando el certificado de sanidad animal no está correctamente rellenado, la mercancía queda retenida en el centro de cuarentena. Las exigencias en materia de calidad originan un estricto control sobre el etiquetado de los productos, donde las certificaciones de calidad son claves. Montesano recibió en 2004 la norma ISO 9001:2000. La implantación de este sistema de calidad es un proceso arduo y laborioso, dada la gran can-



Imagen de la marca en Japón

tiudad de productos diferentes que se elaboran y comercializan en esta firma canaria y la enorme variabilidad de sus procesos productivos. Desde hace unos años la imagen de Europa y Japón goza de un elevado prestigio, esto ha favorecido a todos los sectores en general, especialmente Moda y alimentación. Dentro de Europa cabe subrayar que cada país se percibe con sus particularidades y que en este caso destacan Francia e Italia sobre el resto. Francia tuvo una fuerte imagen hace años y dejó paso a Italia como el país de moda en Japón. Estos dos países tienen además una capacidad de promoción de sus productos a través de los numerosos restaurantes que existen

## Relaciones canario-japonesas, una aventura de visionarios

Aunque la presencia canaria en el país asiático no existe, Japón tiene en las Islas cinco oficinas de representación, cuatro empresas del sector de productos de la pesca y un concesionario de automóviles. La exportación canaria a Japón fue de 18,3 millones de euros en 2003, lo que supuso el 1,8 por ciento de la exportación española a ese país y el 0,5 por ciento de la exportación española al mundo. A través de la sociedad canaria Proexca, bajo la dirección política de Aurelio Ayala, los vinos canarios se promocionarán en la Feria Spain Gourmet, que se celebró el pasado año en

Tokio y donde estuvo presente Montesano. El sector vitivinícola de Tenerife, que cuenta con cinco denominaciones de origen, ha sido objeto de atención en junio por parte del representante de la Japan External Trade Organization (Jetro), en España, Tetsuo Mitsuyoshi, una de las empresas líderes en la importación de productos agroalimentarios. Las relaciones comerciales de Canarias con Japón son históricas. De un lado, por la influencia del negocio pesquero y, de otro, por la llegada a las Islas de empresas japonesas antes que al resto de España. Este es el caso de fir-

mas como Honda o Toyota, cuya presencia en el Archipiélago data de 1972, cuando se aprobó el Régimen Económico Fiscal de Canarias que supuso la liberación comercial del Archipiélago con Japón y con ello la apertura a la importación de vehículos japoneses. Los ejecutivos de Domingo Alonso, S.A., Artemi Alonso y Ángel Ferrera lograron la adjudicación de Toyota para la provincia de Las Palmas, cesando la actividad con Alfa Romeo y destinado las instalaciones en exclusiva para nueva marca, que en la provincia de Tenerife había sido confiada a la firma Blandy.