

Este artículo pertenece al nº18 de la revista electrónica: **“Proyección exterior de la economía española”**.

Haz clic [aquí](#) para leer la revista electrónica completa.

CHARLANDO CON... JOSÉ CARLOS LOZANO, PRESIDENTE DE LA CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO DE ESPAÑA EN LA REPÚBLICA CHECA



JOSÉ CARLOS LOZANO, PRESIDENTE DE LA CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO DE ESPAÑA EN LA REPÚBLICA CHECA.

“La empresa española está muy bien valorada”.

“La impaciencia es uno de los graves errores que cometen las empresas”.

“Chequia es una puerta para Europa oriental”.

“Los directivos españoles que se encuentran en el país están muy bien valorados por su alta capacidad y preparación”.

“La República Checa debería ser más conocida y apreciada por parte de nuestra Administración”.

“La Cámara de comercio nació como el punto de encuentro de los españoles y empresas españolas”.

José Carlos Lozano empezó en 2009 sus actividades en la República Checa, en la que reside desde 2012. Sus actividades empresariales se desarrollan en diversos sectores: inmobiliario, hostelería, alimentación. Destaca su marca Lozano Červenka, líder en la distribución de aceite de oliva en el país. En esta entrevista nos habla del mercado checo, sus características, oportunidades para las empresas españolas, recomendaciones para tener éxito, etc.

¿Cómo valora la presencia empresarial española en la República Checa?

Actualmente la presencia de empresas españolas en el país es baja, si bien cabe decir que esto abre la posibilidad de atracción de nueva inversión y nuevas firmas que planteen expandirse o invertir en el país.

La República Checa, aun siendo un país pequeño si lo comparamos con países que son más conocidos nuestros, nos sorprendería. Por habitantes y tamaño es parecida a Portugal o Grecia, pero con un mayor PIB.

¿Cómo se percibe a las empresas españolas en la R. Checa? ¿Qué imagen ofrece en general España? ¿Qué se podría hacer para mejorar esta imagen?

La empresa española está muy bien valorada, gracias a que los checos han ido poco a poco conociendo más España, han descubierto lo competitivas que son nuestras empresas y el grado de profesionalidad que tienen y la calidad de los servicios y bienes que ofrecen.

España es un país que los checos han descubierto relativamente hace poco, al encontrarse más alejado que otros destinos turísticos de su entorno, pero al aumentar su poder adquisitivo han podido conocer mejor nuestro país.

Pienso que España debería publicitarse más, actualmente nos encontramos un poco dejados de la mano de las

autoridades y se invierte muy poco en promocionar España y darla a conocer. Las oficinas checas en España hacen más de lo que nuestro país realiza en Chequia.



ENTREGA DE LOS PREMIOS DE LA CÁMARA DE COMERCIO ESPAÑOLA EN LA R. CHECA EN 2021. J.C. LOZANO, EN EL CENTRO, Y A SU IZQUIERDA LA SECRETARIA DE ESTADO DE COMERCIO, XIANA MÉNDEZ.

¿Qué recomendaciones básicas daría a las empresas españolas que quieran abordar el mercado checo?

¿Cuáles son los principales errores que cometen?

Les recomendaría paciencia. Creo que la impaciencia es uno de los graves errores que cometen las empresas cuando quieren instalarse en el país o emprender un negocio.

En España siempre se busca la inmediatez y el famoso “te lo pedí para ayer”, y aquí las cosas se planifican más, se cumple con lo planificado y esas ansias por el resultado rápido a corto plazo no van muy bien con la filosofía checa de hacer negocios.

Otro aspecto totalmente diferente en relación con España, es que en Chequia se pagan las deudas y en menor corto plazo que en España, por lo que hay que pagar las facturas a un máximo de 14 días con la mayoría de las empresas; por ley el plazo máximo es 30 días. Esto hace que la filosofía de “te pago en seis meses” o “me financio de mis proveedores” no funcione en el país.

Otra recomendación sería que o bien se busque un socio local o al menos se profundice en conocer cómo son los checos antes de emprender un negocio o realizar una inversión porque pueden surgir sorpresas por la diferencia de cultura.

¿Cuáles son los principales atractivos que ofrece la R. Checa para inversiones y negocios en general de empresas españolas?

Uno de los atractivos que puede atraer a las empresas españolas a invertir en el país es su localización. Estamos en el centro de Europa y Chequia es una puerta para Europa oriental, en un radio de 300 kms. Te sitúas rápidamente en Alemania, Austria, Eslovaquia o Polonia, luego logísticamente la R. Checa tiene unas claras ventajas.

Destacaría también la seguridad jurídica del país, es un país serio y cumplidor de los compromisos que se marcan.

En su opinión, ¿en qué sectores tienen mejores oportunidades las empresas españolas, tanto para inversión como para exportación?

En infraestructuras y edificación: es uno de los retos que tiene pendiente el país por su medio-bajo grado de desarrollo.

En bienes y servicios, España puede ser muy competitiva también.

Alimentación no cabe duda, hay mucho futuro y nosotros tenemos muy buenos productos a muy buen precio. Está creciendo el consumo de productos de calidad, que es dónde las empresas españolas pueden encontrar un nicho de mercado.

El sector del automóvil es uno de los pilares de Chequia y puede ser un buen foco de atracción de inversión.

El turismo tiene mucho potencial, sobre todo para captar turistas checos que ya tienen un alto poder adquisitivo, pero para ello necesitamos más publicidad.

¿Qué importancia tienen los factores culturales en las relaciones empresariales entre España y la R. Checa? ¿Cuáles son los principales problemas que pueden surgir, y que deben tener en cuenta las empresas españolas?

Al tratarse de otro país fuera del entorno que más conocemos, que es el de los países latinos, debemos comprender que es otra cultura.

Los horarios de trabajo, por ejemplo, representan un tema que puede llamar la atención. En España poner reuniones a las 18:00 es normal. Aquí no lo es, pero puedes tener citas desde las 7 de la mañana. Por el contrario, se puede conciliar muy bien la vida familiar, es un país que este tema lo cuidan mucho aun no siendo tan “familiares” como nosotros.

Nada que decir de las comidas. En eso España es la número uno y es un elemento que se echa de menos, pero poco a poco hay mejores chefs checos. Copian de nuestra dieta mediterránea. El país está subiendo mucho en hostelería.

Al ser muy planificadores tenemos que tener en cuenta ese aspecto a la hora de trabajar con ellos o instalarse. La puntualidad y el cumplimiento de los horarios es una cosa casi sagrada para ellos. En este sentido no queda otra que adaptarse a estos factores que difieren, en muchas ocasiones, de los nuestros.

Los expatriados españoles, ¿se encuentran en general bien preparados para la expatriación? ¿Cuáles serían los principales defectos, o limitaciones, que vería en los expatriados españoles?

Definitivamente creo que sí, en los últimos años los españoles hemos conseguido romper las barreras que se tenían con el idioma y los viajes, y podemos desarrollar con profesionalidad la actividad internacional.

La mayor limitación sería el idioma. El checo es un idioma muy complicado y eso hace que los expatriados al final no se integren al cien por cien en la sociedad checa al no poder rebasar esa barrera que es el idioma. Pero para los expatriados que están aquí con el inglés es suficiente para comunicarse. Si sales de capitales como Praga o Brno, entonces puedes tener más complicaciones si no hablas el idioma.

En general los directivos españoles que se encuentran en el país están muy bien valorados por su alta capacidad y preparación. En cualquier multinacional en la que se encuentren son apreciados. Hay que decir que hay más expatriados que empresas españolas instalados en el país.

¿Cómo valora la actuación de la Administración española en la R. Checa? ¿Qué recomendaciones haría para las políticas de internacionalización de España?

Digamos que en general para la Administración española Chequia no ha sido su principal país de objetivo para exportar empresas o bienes y servicios.

España ocupa el número 13 en el origen de las importaciones de la R. Checa, pero ocupa el número 10 del destino de sus exportaciones.

Con estos datos se ve claramente que se debería impulsar más una relación más intensa con el país.

El desconocimiento de estos datos entre la población en España hace que no sea tan conocida la R. Checa, que debería ser más conocida y apreciada por parte de nuestra Administración.

Recomendaría más acciones comerciales por parte de la Administración. El checo necesita cariño o al menos necesita más reconocimiento por parte de la Administración española para situarlo en el puesto que se merece. Este pequeño país es considerado por muchos como el diecisiete Länder de Alemania, pero las instituciones las constituyen personas... y hasta el día de hoy esas personas no han dado la importancia a la R. Checa que se merece.

¿Cómo puede ayudar la Cámara de Comercio española a las empresas españolas? ¿Cuáles son las principales actividades que desarrolla?

La Cámara de comercio nació como el punto de encuentro de los españoles y empresas españolas. Hasta que se creó, tanto los directivos y expatriados españoles como las empresas españolas no tenían un lugar para interactuar.

La Cámara es el vehículo para introducir empresas y personas en el país, debido al conocimiento que sus miembros tienen de la R. Checa. Un conocimiento que no puede aportar ningún otro organismo, ya que los que estamos instalados aquí somos



los que tenemos el conocimiento del país, la cultura y su gente. La Cámara aporta un valor añadido que no podría aportar otro tipo de organización.

Desarrollamos actividades de todo tipo, desde seminarios/webinarios, misiones comerciales, ayuda a empresas, eventos de networking, hasta eventos lúdicos para que la comunidad española se sienta arropada en un país donde el calor personal brilla por su ausencia, aunque hasta esto está cambiando.

Realizamos y queremos impulsar más por parte de FEDECOM (asociación de Cámaras a la que pertenecemos) las relaciones y eventos entre Cámaras en el extranjero, algo que todavía no se había hecho y que creo amplía las posibilidades para nuestros socios, que pueden aprovechar como si fueran socios de otras Cámaras esos beneficios que se tienen en cada país donde tenemos Cámaras Oficiales.

Con Cámara de España tenemos una gran relación y siempre nos ayudan en todo lo que necesitamos y también intentamos ampliar la relación con las Cámaras territoriales para que conozcan el país y puedan realizar más misiones comerciales en Chequia.

La Cámara, como dice nuestro lema, es para todos.