



Cámara
Granada

30 de noviembre de 2017

CLASURA DEL I FORO INTERNACIONAL DE GRANADA
**LA CÁMARA LANZARÁ EN 2018 LA
PLATAFORMA “INVEST IN
GRANADA” PARA ATRAER
INVERSIÓN EXTRANJERA A LA
PROVINCIA**

- Servirá para mostrar al mundo las principales ventajas competitivas de la provincia, así como sus sectores estratégicos.
- El director general de Marca España invita a Granada a aprovechar el récord anual de Erasmus, para convertir la provincia en referente en “música, tecnología, moda, creación o redes sociales”.
- El Foro sirve para subrayar el papel de la UGR como valor internacionalizador de Granada.

Granada, 30 noviembre 2017. Cámara Granada lanzará en los primeros meses de 2018, “Invest In Granada” una plataforma *on line* a través de la que pretende relanzar la atracción de inversión en la provincia. Así lo ha anunciado el presidente de la entidad, Gerardo Cuerva, durante el acto de clausura del I Foro Internacional de Granada, que la entidad ha desarrollado durante las dos últimas jornadas, en colaboración con la Diputación Provincial de Granada y la cofinanciación de la Unión Europea a través de los Fondos de Desarrollo Regional y Cámara España.

Cuerva, que ha apuntado que si durante 2017 la Cámara ha centrado su Plan Estratégico en generar conciencia internacional en la provincia y en mejorar las exportaciones de las empresas granadinas, en 2018 “manteniendo esas líneas estratégicas, Cámara Granada trabajará en la tercera, que no es otra que mejorar la llegada de inversión extranjera a Granada”.

En ese sentido, el presidente de la Cámara ha anunciado esa herramienta de internacionalización “que tienen los principales países del mundo y las principales ciudades y territorios”, en la que Cámara Granada, en colaboración con el Consejo Internacional de la provincia, detallará “las ventajas competitivas” de Granada y “aquellos sectores estratégicos en los que creemos que podemos ser atractivos para las empresas extranjeras.

En su intervención Gerardo Cuerva ha puesto de manifiesto algunas de las cuestiones tratadas durante el Foro como la necesidad de mejorar la comunicación y el marketing internacional en torno a los proyectos empresariales de la provincia para reforzar la Marca Granada, o la oportunidad que suponen las



TICs para generar una nueva industria granadina “fácilmente internacionalizable en la que el tamaño de las empresas no es tan importante”. Junto a ello, el presidente de Cámara Granada ha reiterado que la salida al exterior debe ser un objetivo estratégico de las compañías, “no una manera de lograr fuera el circulante que no se encuentra en casa”.

En la clausura también ha participado el delegado de la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía, Juan José Martín que ha destacado que la economía granadina está demostrando que tiene un gran potencial, ya que “no estamos hablando sólo de exportaciones a granel, sino de productos y servicios que, en un porcentaje significativo, son de media y alta tecnología”.

Sin embargo a juicio de Martín, a Granada le falta “crear, defender y difundir el potencial que tenemos como economía” algo que ha considerado indispensable, al tiempo que ha apuntado que “el cambio de modelo productivo reclama, además del mantenimiento del ritmo de internacionalización y de incrementar la productividad, ganar tamaño”.

El talento y la UGR

El talento y la UGR han centrado dos de los contenidos de la segunda jornada del I Foro Internacional de Granada.

Así, en la mesa “¿Por qué Granada?” en la que han participado Ana García, directora de recursos humanos de NGA, David Palomar, director de IT de Best Secret y Pilar Torrecilla, diseñadora y creadora de la marca Pilar Dalbat, se ha destacado el atractivo que para empresas mundiales como NGA o Best Secret tiene la Universidad de Granada, “en tanto generadora de talento y de conocimiento”. García y Palomar, pero también, Pilar Torrecilla, han coincidido sin embargo en destacar “la calidad de vida de Granada” como uno de los factores que lleva a empresas del norte de Europa a instalarse en Granada.

En la mesa, moderada por el periodista de COPE, Fran Viñuela, se ha hablado también de los Erasmus y del récord que convierte a Granada en la universidad europea que más estudiantes extranjeros recibe cada año. Un valor que también es aprovechado por las empresas como NGA, que con 2.500 empleados en Granada tiene un 40% de trabajadores no españoles.

Marca España

Precisamente a los Erasmus se ha referido también el director general de Marca España, Francisco Rábena, que ha ofrecido una ponencia sobre la construcción de la marca en los últimos cinco años.

“Quizá ustedes deberían aprovechar esos miles de Erasmus que cada año vienen a Granada y muchos de los cuales serán líderes en sus respectivos países dentro de diez, quince años,” ha reflexionado Rábena.





En ese sentido Rábena ha apostado por explotar esos contactos —“no perderlos”, ha dicho—, haciendo de Granada un referente en “modas, tecnologías, redes sociales, creación o música que es lo que le interesa a la gente joven”.

La jornada la ha completado una charla de Francisco Álvarez de la Chica, presidente de la autoridad portuaria de Motril, que ha defendido el Puerto motrileño como un instrumento excelente para la exportación de la provincia.