



Cámara
Granada

10 de septiembre de 2018

Misión empresarial e institucional a Osaka y Tokio

GRANADA VIAJA A JAPÓN A EXPLORAR LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO CON EL PAÍS ASIÁTICO

- Cámara Granada aspira a convencer a las empresas granadinas del potencial del mercado japonés y a las japonesas, de las bondades de Granada como escenario para instalarse en Europa
- Gerardo Cuerva, “Japón ha hecho de la industria del conocimiento el eje de su crecimiento y nosotros aspiramos a ello; es un buen punto de encuentro”
- Francisco Cuenca destaca el papel de “las ciudades, como grandes tractores de la economía del presente y del futuro”.
- Cinco empresas granadinas participan en la feria turística JATA
- Las TICs, la investigación biosanitaria y biotecnológica, los productos agroalimentarios, la cultura, y por supuesto el turismo, sectores clave para mejorar las cifras de negocio con Japón

Granada, 10. septiembre. 2018. Cámara Granada quiere estrechar los 11.000 kilómetros que separan Granada de Japón. Con la ayuda del Ayuntamiento de Granada y de la Diputación Provincial, la entidad aspira a convencer a los empresarios granadinos de que “nuestra economía no puede vivir casi de espaldas a la tercera economía del mundo” y de que el nipón es un mercado “muy atractivo para muchos de nuestros productos”; pero al tiempo, pretende ver a grandes empresas japonesas de que “Granada es un buen escenario si quieren instalarse en el sur de Europa”.

Lo ha señalado el presidente de Cámara Granada, Gerardo Cuerva, que ha presentado hoy, junto al alcalde de Granada, Francisco Cuenca, la misión institucional y empresarial a Japón que una delegación granadina realizará la próxima semana.

“Salvando las distancias”, ha dicho hoy Gerardo Cuerva, “hay algunas cosas que nos asemejan: en primer lugar que Japón ha hecho de la industria del conocimiento el eje de su crecimiento y Granada lo está intentando; en segundo lugar el interés que en Japón tienen por la cultura, y especialmente por la cultura, española, algo que nos caracteriza como provincia”. El presidente de Cámara Granada ha apuntado a esas similitudes y al acuerdo de libre comercio, UE-Japón que dejará sin aranceles al 90% de los productos en 2019, como “oportunidades que tenemos que explorar”.

El alcalde de Granada, Francisco Cuenca, que ha recordado que “hace dos años el equipo de Gobierno del Ayuntamiento entendió que Granada tenía que tener



una proyección internacional” se ha felicitado de la alianza público-privada que permitirá a la provincia acudir a Japón “no sólo de la mano en el turismo, sino en aquellos sectores en los que las empresas granadinas tienen una gran potencia, como son los ámbitos biotecnológico y sanitario y también en el agroalimentario.”

La misión

El germen de la misión que llevará a Osaka y Tokio a una delegación granadina que encabezará el segundo teniente alcalde del Ayuntamiento, Baldomero Oliver, que estará acompañado por el responsable del área internacional de la Cámara, Luis Miguel Nebot y cinco empresas, es JATA, la principal feria turística de Japón y una de las principales de Asia que se inaugura el próximo día 20 en la capital japonesa; una feria en la que el Patronato Provincial de Turismo ha estado presente desde hace décadas y en la que la capital ya estuvo el pasado año. En la edición de 2018, cinco empresas granadinas tendrán presencia en este evento gracias a una subvención de Cámara Granada que les permitirá además reunirse con agentes, empresas y touroperadores de Japón y toda Asia.

Pero la Corporación ha querido aprovechar la ocasión y ampliar esa presencia a una serie de reuniones con empresas, organismos públicos y privados japoneses y con entidades españolas que trabajan en Japón, para mejorar la “exigua e inestable relación comercial” que, en palabras del presidente de la Cámara, existe hoy por hoy entre Granada y el país asiático.

Y es que con algo más de un millón de euros en exportaciones en 2017, Japón se pierde en el listado de principales mercados para nuestros productos, muy lejos de las cifras de los países que lo encabezan. (Alemania el primer país nos compra por valor de 170 millones, Suecia, que ocupa el puesto décimo, por valor de 23 millones).

Sólo el turismo, con Granada como “primer destino español para el 64% de los japoneses”, según ha señalado el alcalde, y con los turistas japonés como los sextos visitantes foráneos en nuestras calles, merece un lugar destacado en las relaciones comerciales entre ambos territorios.

Por eso la agenda prevista por la Cámara se centra en otros sectores, como el tecnológico, el farmacéutico, o el agro –pero sin dejar de lado el turístico—que pueden resultar atractivos para ambas partes.

Cámara Granada considera que el interés del mercado japonés por los productos agroalimentarios y especialmente por los gourmet y los alimentos funcionales; la biotecnología, la biosanidad y en general toda la industria de la salud –ligada a una población envejecida--; la construcción sostenible, el cambio de modelo energético con mayor presencia de las renovables y la eficiencia energética, pueden ser excelentes oportunidades para las empresas granadinas.

Pero también para las empresas japonesas, a quien, en opinión de Gerardo Cuerva, “Granada tiene que atraer”.





“Nuestro objetivo en Japón es convencer a los empresarios granadinos y también a los japoneses, que la cultura y el conocimiento pueden ser un punto de partida para mejorar nuestras relaciones económicas”, ha apuntado.

Algo en lo que ha insistido también el alcalde, Francisco Cuenca subrayando el papel que la capital ha de jugar en ese proceso: “Institucionalmente, los grandes tractores de la economía, la del presente y la del futuro, son las ciudades, y no sólo porque asumen la mayoría de las competencias y también de las demandas de los ciudadanos, sino porque al final son las que establecen los lazos de entendimiento y, sobre todo los lazos comerciales”