El comercio agroalimentario granadino busca oportunidades de negocio a nivel internacional

Se trata de una iniciativa de Cámara
Granada para facilitar el trabajo a empresas
que no pueden destinar recursos para ello

M. Valverde GRANADA

Cámara Granada va a movilizar a su área internacional para detectar y proponer oportunidades de negocio a nivel mundial para las empresas granadinas del sector agroalimentario y de la gastronomía para ayudarlas a superar la crisis del Covid-19. Así lo anunció ayer el presidente de la corporación, Gerardo Cuerva, en la inauguración de la jornada La industria agroalimentaria y Gourmet en los tiempos del Covid-19 que se celebró de manera telemática junto a la Cámara de Motril y a la Diputación de Granada.

El presidente de la Cámara señaló que los planes de la institución pasan no sólo por colaborar o formar a las empresas para que puedan encontrar sus mercados potenciales, "sino a detectarlos nosotros mismos y a trasladar a las empresas del sector las oportunidades concretas que encontremos, facilitando así el trabajo a empresas que por su tamaño no pueden

destinar recursos a internacional". "Nuestro reto es ser una suerte de departamento de internacional de las pequeñas empresas de este y otros sectores", dijo Cuerva.

A juicio del presidente de Cámara Granada, la crisis del Covid-19 va a transformar sustancialmente el comercio internacional "lo que puede abrir oportunidades que tendremos que detectar en todos los sectores, y especialmente en el agroalimentario que es uno de los grandes protagonistas de nuestra economía". En ese sentido Cuerva mostró su absoluta certeza de que en Granada "tenemos productos de calidad, empresas innovadoras y administraciones que los apoyan" y abogó "por aprovechar esa situación para que este sector salga más fuerte de la crisis"

En ese sentido, además de agentes económicos del sector en la provincia, Cámara Granada contactó durante la sesión celebrada ayer con consultores comerciales que trabajan in situ en mercados de nueve países y que cubren tres



JORNADAS ONLINE. La

jornada La industria agroalimentaria y Gourmet en los tiempos del Covid-19 se celebró en la mañana de ayer de manera telemática entre Cámara Granada, Cámara de Motril y la Diputación de Granada. En ella intervinieron los tres presidentes de estas entidades y consultores comerciales de nueve países que cubren tres grandes regiones mundiales grandes regiones mundiales: China;, Reino Unido, Alemania, Francia y Portugal, en Europa; y Brasil, Colombia, Perú y Chile en América Latina. Estos especialistas desvelaron al centenar de empresas participantes la situación concreta del negocio internacional del sector agroalimentario y gastronómico en esos mercados.

Junto al presidente de Cámara Granada, en la inauguración de la Jornada participaron el presidente de la Cámara de Motril, Ángel Gijón y el de la Diputación Provincial de Granada, José Entrena. El primero subrayó el esfuerzo que están realizando las Cámaras de la provincia por seguir prestando servicios adaptados a las nuevas circunstancias.

Gijón destacó la importancia que el sector agroalimentario tiene en la comarca de la costa tropical y señaló que "muchas pymes y pequeños empresarios de este sector van a tener que acudir a la vía de la internacionalización de sus productos, ya no solo en Europa, sino en otros mercados como el asiático o el latinoamericano como alternativa a su viabilidad y subsistencia".

El presidente de la Cámara de Motril también apuntó que desde las Cámaras y con el apoyo de la Diputación, se va a facilitar "todo el asesoramiento que precisen a través de una consultoría individualizada y apoyo económico a través de subvenciones directa en su plan de internacionalización".

Finalmente, el presidente de la Diputación, José Entrena, enfatizó los cambios de los hábitos de consumo producidos por la crisis sanitaria. "El cambio de los hábitos de consumo obliga a reorientar la comercialización de los productos", afirmó, para subrayar que el campo granadino tiene que poder seguir exportando en condiciones óptimas.

"Hasta ahora las acciones de comercialización internacional en el sector agroalimentario no se entendían sin la presencia física de productores, compradores y productos. Y en esta premisa han basado su éxito los eventos", indicó.

lector.kioskoymas.com/epaper/viewer.aspx?noredirect=true