

El sector agroalimentario suma ya más del 50% de las exportaciones de la provincia

**ANA
PÉREZ-BRYAN**

En Twitter: @anaperezbryan



Málaga acoge unas jornadas sobre la internacionalización de las empresas, convertidas en ejemplo de adaptación para salir de la crisis

MÁLAGA. Parece que la reacción automática en cualquier empresa que advierte que la demanda interna se desinfla es la de mirar al exterior. Así debería ser, de hecho; aunque no siempre resulta fácil dar el salto a otros mercados. Los mecanismos para este cambio, la estrategia necesaria para abordar las peculiaridades de otros países o el imprescindible apoyo institucional son algunos de los asuntos que se abordaron ayer en el Salón de los Espejos del Ayuntamiento de Málaga en el marco de las Jornadas de Internacionalización de la Empresa Española, organizadas por el Ayuntamiento, el Club de Exportadores, la Cámara de Comercio y la Confederación de Empresarios con la colaboración del grupo cooperativo Cajamar.

El encuentro contó con un centenar de representantes del sector empresarial, sobre todo local, que fue puesto como ejemplo de la capacidad de adaptación de las empresas españolas en el periodo más duro de la crisis merced a una estrategia que ha sabido compensar la caída de demanda del mercado interior con el salto internacional de las empresas. En este escenario se puso de relieve el caso de la provincia, cuya balanza de exportación de bienes



Francisco de la Torre, María Luisa Poncela y Vanessa Bernad, en la inauguración de las jornadas. :: sur

encuentra en el sector agroalimentario uno de sus nichos de referencia: de hecho, el 51,7% de bienes que exporta Málaga a terceros países están relacionados con el agro, ya sean frutas, hortalizas y legumbres o aceites y grasas.

Así lo destacó durante la inauguración de las jornadas de trabajo la secretaria de Estado de Comercio, María Luisa Poncela, que animó a los empresarios a «seguir diversificando en el mercado exterior a pesar de la recuperación de la demanda interna». Es decir, seguir apostando por el crecimiento en ambos escenarios sin acomodarse por la mejora de los datos del consumo interno. La secretaria de Estado de Comercio invitó además a las empresas a mirar hacia terceros países más allá de la 'zona de confort' europea: «El 67% de las exportaciones van al mercado europeo, y teniendo en

cuenta que los ciclos económicos son similares en todos los países de la Unión habría que apostar por la diversificación de los mercados»

Poncela estuvo acompañada por el alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, quien confirmó la «vocación internacional de las empresas malagueñas» y destacó el esfuerzo que han realizado en su estrategia de mirar hacia el exterior para salir de la crisis: «Málaga es atractiva para invertir porque hemos conseguido hacer una ciudad de calidad y, al mismo tiempo, una ciudad que tenga visión internacional de las cosas», dijo el regidor.

Economías emergentes

Por su parte, la consejera delegada de Extenda (fundación dependiente de la Junta de Andalucía), Vanessa Bernad, destacó el músculo exportador de Andalucía, «hasta el punto

de que en los últimos años el crecimiento se ha multiplicado por cuatro» y han alcanzado «la cifra récord» de los 25.000 millones de euros. En este escenario, Bernad recordó que en este esfuerzo colectivo están «tanto los empresarios como las instituciones», y dibujó un panorama absolutamente cambiante que anima a seguir en esta dirección: en concreto, la consejera delegada de Extenda coincidió con el diagnóstico de Poncela y avanzó que, en el año 2020, siete de las doce primeras economías del mundo serán de países emergentes, de ahí la necesidad de redirigir las miras hacia estos nuevos puntos del globo. En este sentido, se felicitó de la visión de futuro que han tenido las empresas malagueñas, «ya que el sexto mercado exterior para Málaga es China y esta circunstancia la posiciona bien para abordar el cambio en el mapa».