

TOLEDO AYUDAS PARA EMPRESAS QUE APUESTAN POR EL MERCADO EXTERIOR

La Cámara echa un cable a las pymes

La cuantía económica asciende a 5.000 euros por empresa habiendo un total de 100.000 euros a repartir

R. Abellán
TOLEDO

La Cámara de Comercio de Toledo ha puesto en marcha un plan de ayudas para pymes inscritas en su censo, que vayan a realizar cualquiera de las acciones objeto de ayuda a la internacionalización, tales como viajes de prospección; participación en ferias como expositor; gastos de traducción de catálogos y páginas web; puesta en marcha de agrupaciones de empresas para el comercio exterior; acciones de promoción o adaptación de producto al mercado internacional. Este tipo de ayudas serán un apoyo más al que presta la Administración Pública para este tipo de salidas y es un complemento al convenio firmado con el IPEX.

Se trata, según explicó el presidente de la Comisión de Comercio Exterior de la Cámara, Fausto González, de "intentar ayudar a las pymes a salir de la crisis porque nos consta que muchas empresas han tenido que redoblar sus esfuerzos y consolidarse".

González hizo hincapié de la importancia de estas ayudas "teniendo en cuenta que estamos atravesando una de las peores crisis financieras" y reconoció que la Cámara de Comercio ha hecho un esfuerzo tremendo -100.000 euros con posibilidad de incrementar la cantidad en función de la demanda-, "pero



Fausto González (izquierda) y Luis Miguel Valle (derecha), durante la presentación.

COMPLEMENTO

Estas ayudas son un complemento al convenio con el IPEX

dada la situación queríamos reinvertir un dinero que ya no estaba dentro de los presupuestos en los empresarios".

5.000 euros

El importe máximo de la ayuda será de 5.000 euros por empresa y desde la Cámara de Comercio se insistió en se-

PLAZO

El plazo de presentación finalizará el día 30 de diciembre

ñalar que las resoluciones serán rápidas para que los empresarios cuenten con la ayuda lo antes posible. "En un mes a partir de que echen la solicitud podrán contar con la ayuda", dijo González.

Aunque únicamente el 1,5% de las pymes de la Región salen al exterior, el res-

ponsable de comercio exterior de la Cámara, Luis Miguel del Valle, se mostró optimista por cuanto esperan "que sea un éxito y esperamos tener que ampliar la ayuda".

Los sectores que más internacionalizados están son agroalimentación -principalmente vinos- y reconversión habitat y reconstrucción.

El plazo de inicio de presentación de solicitudes ha comenzado ya y el plazo máximo finaliza en 30 de diciembre, si bien podría cerrarse antes si se ha cubierto el cupo.

CAMPAÑA DURARÁ 36 MESES



Ribera del Júcar se quiere promocionar en EEUU.

Ribera del Júcar da el salto a Norteamérica

El objetivo es dar a conocer los productos, las excelencias de sus vinos y su calidad

EyE
C-LM

La Denominación de Origen Ribera del Júcar ha comenzado desde el día 1 de agosto de este año una importante campaña de promoción y comercialización en Estados Unidos con el objetivo de dar a conocer sus productos, las excelencias de sus vinos y su gran variedad. La Denominación de Origen quiere aprovechar la oportunidad que ofrece la normativa vigente y dar el salto al país norteamericano para realizar durante 36 meses una importante campaña de promoción.

Este ambicioso proyecto, para el que se actuará con cautela y esperando los mejores resultados a corto-medio plazo, es fruto, según ha corroborado el presidente de la Denominación de Origen, Javier Prósper, "de la filosofía emprendedora de la D.O. Ribe-

ra del Júcar; estamos llenos de proyectos e iniciativas y, teniendo en cuenta la delicada situación por la que atraviesa el sector vitivinícola en la actualidad, somos conscientes de que el paso al exterior es importante no dejarlo atrás y seguir haciendo hincapié en él. La D.O. ya comercializa a otros países, incluido EEUU, como Finlandia, Suecia, Alemania, Inglaterra, Japón, Canadá, Dinamarca, Irlanda, Suiza, Rusia y Marruecos (vino para la kosher para la comunidad sefardí), pero reafirmar nuestra presencia en Estados Unidos es muy importante para nosotros".

De hecho la decisión de dirigir las acciones y actuaciones al mercado de Estados Unidos se tomó después de analizar la información sobre consumos por habitante y año, la proyección del consumo en los siguientes años, o los acuerdos a nivel comercial que mantiene Estados Unidos con la Unión Europea, en cuanto a la seguridad de los mercados.

JORNADAS ALIMENTACIÓN Y GASTRONOMÍA ESPAÑOLA EN BRASIL Y COLOMBIA, EL 3 Y 5 DE NOVIEMBRE

El IPEX promociona a las empresas agroalimentarias

EyE
C-LM

El Instituto de Promoción Exterior de Castilla La Mancha (IPEX) coordina la participación agrupada de empresas de alimentos y bebidas, en las Jornadas de Alimentación y Gastronomía Española en Brasil y Co-

lombia que va a desarrollar la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas en Sao Paulo y Bogotá, el 3 y 5 de noviembre respectivamente.

Es la primera ocasión que el IPEX agrupará empresas en estas Jornadas que la FIAB, con el apoyo del ICEX y el Ministerio de Medio Am-

biente y Medio Rural y Marino, realiza para impulsar las ventas de productos alimentarios españoles en segmentos de gran potencial como son la hostelería, restauración, gourmet y la gran distribución.

El mercado brasileño ofrece grandes posibilidades a las empresas españo-



Los productos de la Región intentan abrirse hueco fuera.

las que obtuvieron en 2008 una facturación record de más de 50 millones de euros.

En el caso de Colombia se ha producido un incremento correspondiente a más de un 50% de los productos más representativos de la dieta mediterránea; donde España es líder indiscutible (aceite de oliva).

Se trata, en definitiva, dar a conocer más los productos de la tierra a nivel exterior.