

## Empresas de la provincia se interesan por el mercado canadiense



Numerosas empresas asistieron a la jornada

Una decena de empresas de la provincia, interesadas en el mercado canadiense, han participado en una reciente jornada informativa, celebrada en la Cámara de Comercio, que con-

tó con la presencia del director regional de Comercio, Pedro Antonio Morejón y del director del Instituto de Promoción Exterior, Javier Vega, ya que todas estas instituciones han

colaborado en la organización de la jornada.

Las posibilidades del gran mercado canadiense fueron expuestas, con información de primera mano, por la consejera Económica y Comercial de España en Toronto, Isabel Riaño, quien informó a los empresarios presentes de la situación actual y las perspectivas de este gran mercado, de más de 30 millones de habitantes y con una renta de más de 25.000 €.

Una consultora regional con presencia en aquel mercado norteamericano, Beaumont Consulting, informó a las empresas de los pasos a dar para penetrar en los diferentes mercados canadienses, un solo país con comunidades diferenciadas por lengua y cultura.

## «La comercialización es el reto de las empresas»

Günther Lorenz: I Jornadas Agrícolas de La Solana

“La comercialización era, es y será el reto de las empresas de la región y de Ciudad Real”, dijo el director general de la Cámara de Ciudad Real, Günther Lorenz, durante su intervención en las I Jornadas Agrícolas de Castilla-La Mancha, celebradas el mes pasado en La Solana, con el patrocinio de caja El Monte. Lorenz destacó la importancia de buscar mercados en el exterior y ofreció todo el apoyo de la Cámara para ello. Günther Lorenz habló sobre Promoción y Comercialización Exterior y la importancia de la calidad en este proce-

so, destacando el gran crecimiento de las exportaciones de la provincia de Ciudad Real durante los últimos años, que nos ha llevado a ser ya la primera provincia exportadora de la región.

Castilla-La Mancha es la onceava región exportadora de España, con el 1,60% del total, y representa el 3,40% del PIB español y el 4,3% de su población, ofreciendo respecto de otras regiones una capacidad creciente, una buena calidad-precio en muchos productos que permite llegar a nuevos mercados.

La comercialización, dijo Lo-



renz, es el gran reto, que exige todo un proceso a diseñar y más específicamente aun si se trata de vender en el exterior. Lorenz destacó la amplia labor de la Cámara, que lleva 15 años ayudando a las empresas a descubrir y consolidar mercados exteriores, lo que seguirá impulsando.