

La Cámara coordina a las empresas en la 7ª Edición de Spain Gourmet Fair

La Cámara de Comercio de Ciudad Real, junto con otras diez Cámaras de España, y dentro del Plan Agroalimentario del Consejo Superior de Cámaras (nacido del trabajo desarrollado por las Cámaras en la promoción internacional de los productos agroalimentarios españoles), coordinó la participación de empresas de Castilla la Mancha en la Spain Gourmet Fair, que celebró su séptima edición los días 12 y 13 de septiembre en Tokio.

Un total de 45 empresas, 18 de ellas del sector vitivinícola, expusieron durante dos días ante un público especializado, principalmente importadores y restauradores, sus productos más selectos con el objetivo de abrirse un hueco en el competitivo mercado nipón. De estas empresas, cuatro bodegas eran de Castilla-La Mancha, dos de ellas de la provincia de Ciudad Real. "Entrar es difícil y este es un buen escaparate para dar a conocer los productos españoles, ya que nunca se sabe qué es lo que puede fun-

cionar", comenta Alfonso Carbajo, Consejero de la Oficina Comercial de España en Tokio.

A pesar de la diferencia entre la cocina japonesa y la española, con sabores más fuertes y diferentes materias primas, Carbajo aseguró que existe un importante nicho en Japón, ya que "Ferrán Adriá tiene un éxito tremendo aquí, muchos restaurantes usan cada vez más aceite de

oliva y ha habido un "boom" de bares españoles de tapas". La "Spain Gourmet Fair" se ha convertido en una cita obligada en el calendario de mayoristas y minoristas en busca de novedades que ofrecer al sofisticado consumidor nipón. Durante los dos días que tuvo lugar la feria, en el conocido Hotel New Otani de la capital nipona, se celebraron además dos seminarios: uno sobre corte de jamón en Japón, y otro de aceite de oliva.



Seis empresas de Ciudad Real visitan Chile y Perú en una acción comercial de la Cámara

En colaboración con las Oficinas Comerciales de las Embajadas de España en Lima y Santiago de Chile, la Cámara de Comercio de Ciudad Real ha coordinado esta acción que ha contado con la participación de 9 empresas, 6 de Ciudad Real, 1 de Cuenca, 1 de Toledo y 1 de Valencia, salvo una de ellas del sector cárnico, las 8 restantes de bienes de consumo, herramientas y maquinaria.

Perú, ha conformado por primera vez el Plan de Acciones de Promoción Exterior 2007 de la Cámara, sin embargo, es

un mercado en el que algunas de las empresas participantes ya habían iniciado operaciones comerciales, y para el resto ha supuesto una primera toma de contacto muy positiva.

En cuanto a Chile, la Cámara asistía por tercera vez en Misión Comercial. Tras el acuerdo firmado entre Chile y la Unión Europea a principios de siglo, las oportunidades de negocio para nuestras empresas han aumentado considerablemente, lo cual se traduce en una importante presencia de productos españoles en el país

y una altísima inversión española.

La empresa española cuenta con una alta valoración en profesionalidad y seriedad por el empresario peruano y chileno, siendo por tanto el grado de confianza en la empresa española muy alta. A pesar de esto, por la distancia de los mercados y la idiosincrasia de estos países, es aconsejable en todo momento, tomarse cualquier posibilidad de acuerdo comercial a medio o largo plazo, siendo por supuesto el medio de pago aconsejado, el crédito documentario.