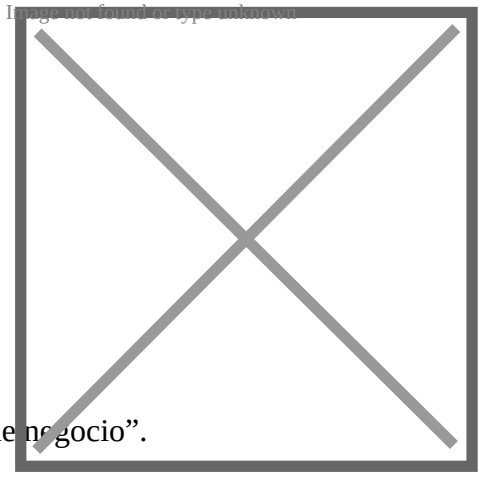
logo PriegoDigital Image not found or type unknown

PROVINCIA | Diputación

La Diputación apuesta por la comercialización y promoción de la joyería cordobesa

La institución provincial ha aportado 35.000 euros al XXVII Salón Monográfico de Joyería Cordobesa, Joyacor 2011,

Redacción
Martes 8 de noviembre de 2011 - 17:27



La Diputación de Córdoba apoya un año más el Salón Monográfico de Joyería Cordobesa, Joyacor 2011, que celebrará del 10 al 14 de noviembre su veintisiete edición, convirtiéndose en “un extraordinario escaparate de la extensa oferta joyera de Córdoba”.

Así lo ha destacado en rueda de prensa la delegada de Desarrollo Económico y Turismo de la Diputación de Córdoba, Rosario Alarcón, quien ha mostrado el apoyo de la institución provincial a esta muestra “que da la oportunidad a los empresarios joyeros de obtener nuevos canales de comercialización y nuevas oportunidades de negocio”.

La joyería es uno de los principales sectores de la provincia, con un volumen de producción de unos 300 millones de euros y un volumen de empleo de unas 15.000 personas, tanto de empleo directo como indirecto.

En este sentido, la también presidenta del Consorcio Provincial de Desarrollo Económico ha incidido en la necesidad de “avanzar en esa comercialización para el desarrollo del sector, que pasa por una apertura hacia los mercados exteriores, así como la apuesta decidida por el diseño o la fabricación en plata”, ha añadido Alarcón.

La institución provincial ha aportado 35.000 euros, como queda reflejado en el convenio marco que hoy ha firmado la diputada con el presidente de la Asociación Provincial de Joyeros, Plateros y Relojeros de Córdoba, Manuel Berral.

Rosario Alarcón ha subrayado que la Diputación, a través del Consorcio de Desarrollo Económico contribuye también al impulso y promoción del sector a través del apoyo a los viajes comerciales que realiza la Asociación a ciudades estratégicas, con una cuantía de 5.000 euros por destino.

Los últimos datos de exportación hablan de un aumento del 2,5% del 2010 hasta agosto del 2011, confirmando así la capacidad del comercio exterior para compensar el déficit el mercado doméstico.

Por su parte, Manuel Berral, ha apuntado que “el referente de Joyacor en Córdoba no se debe perder nunca, porque es nuestro referente, nuestra cultura, importantísimo para que el sector tenga capacidad de reacción”.