

**PANORAMA | Agricultura**

**Unas jornadas analizan en la Diputación cuál es el potencial del e-marketing en el sector oleícola**

**Ceballos inaugura este seminario que reúne a reconocidos expertos y profesionales de ambos campos**

**Redacción**

Miércoles 10 de octubre de 2012 - 09:00



La Diputación de Córdoba ha acogido la jornada técnica “Marketing on-line en el sector oleícola. Sinergias entre el e-comercio y las redes sociales”, organizadas por AEMO (Asociación Española de Municipios del Olivo), con la colaboración de la Diputación de Córdoba.

La presidenta de la institución provincial, María Luisa Ceballos, ha inaugurado este seminario que pretende mostrar a los iniciados, y no iniciados, cuál es el potencial del e-marketing en el sector oleícola, cómo utilizar las redes sociales para conectar con el gran

público y mostrarles las excelencias de nuestro producto.

Ceballos ha destacado que “esta sinergia entre el comercio y las redes sociales redunda fundamentalmente en el abaratamiento de los costes del producto final, y ha animado a todas las administraciones públicas a trabajar conjuntamente en el uso de las nuevas tecnologías y a impulsar actividades formativas como ésta para potenciar el sector oleícola que, en definitiva, se traduce en desarrollo económico”.

El secretario general de la Cátedra de Internacionalización de la Universidad Loyola, Francisco Javier Climent; y el director de Otherway Creatives, Pedro Rodríguez, han desarrollado la ponencia central de las jornadas, que han contado, asimismo, con varios casos prácticos.

El delegado de Agricultura y Medio Ambiente de la Diputación, Julio Criado, ha incidido en “la necesidad de utilizar todos los canales posibles para la comercialización de un producto estrella en nuestra provincia, como es el aceite de oliva”.

En este sentido, Criado ha reiterado que “hemos de adaptarnos rápidamente a las demandas de una sociedad que evoluciona rápidamente, y esto supone subirse al carro de las redes sociales”.