

**“Las empresas de Almería deben acercarse más al mercado”,
afirma Diego Martínez Cano, presidente de la Comisión de
Comercio Exterior de la Cámara de Comercio**

(20/7/2005 09:15) | > Universidad



El Curso de Verano de la UAL sobre “las nuevas tecnologías del siglo XXI” ha contado en el día de hoy, martes, entre otros, con la conferencia de Diego Martínez Cano, presidente de la Comisión de Comercio Exterior de la Cámara de Comercio de Almería, que ha asegurado que “innovar significa estar cerca del mercado, y las empresas almerienses no han conseguido en general dar ese paso adelante. Por eso, deben acercarse más al mercado, que es donde se reparte la mayor porción del pastel”.

Esta frase la desarrolla en el sentido de que del precio del producto la fabricación supone el 28%, mientras que los factores que influyen en el mercado, marca, promoción y distribución, se llevan un 72%. Por eso, es necesario que la agricultura, mármol y demás sectores se acerquen e impliquen más en el mercado, para conseguir una mayor porción del pastel”.

Algunas empresas del mármol ya han iniciado el camino, ha indicado Diego Martínez, a su vez socio y director general de la empresa “Cuellar Arquitectura del Mármol”, buscando generar una marca. Para lograr esta posición en el mercado, la piedra natural y la agricultura llevan caminos distintos. “Mientras que en el mármol se busca que cada empresa desarrolle sus propios productos y marcas, ya que la concentración no funciona en este sector, en la agricultura sí se trabaja para alcanzar la concentración y la marca de producto hortofrutícola de Almería, para crearse una posición fuerte en el mercado. Aún no se ha logrado, pero se sigue trabajando en el tema”.