Comunidad de Madrid

Medios de Comunicación

La consejera de Medio Ambiente ha inaugurado hoy la jornada sobre el sector alimentario, organizada por ASEACAM

La Comunidad posiciona el producto madrileño como opción de consumo preferente en las grandes superficies comerciales de cara a Navidad

- Apuesta también por el sector agroalimentario, al que ha inyectado 3 millones de euros para paliar los efectos del COVID
- El sector cuenta con 1.700 empresas, genera 34.000 puestos de trabajo y factura más de 6.000 millones de euros al año

1 de diciembre de 2020.- La Comunidad de Madrid posiciona el producto madrileño como opción de consumo preferente en las grandes superficies comerciales de cara a Navidad. Así lo ha anunciado hoy la consejera de Medio Ambiente, Ordenación del Territorio y Sostenibilidad, Paloma Martín, en la inauguración de la jornada *La industria alimentaria madrileña en los momentos de COVID y su futuro*, organizada por la Asociación Empresarial de Industrias alimentarias de la Comunidad de Madrid (ASEACAM).

A través de un marco de colaboración con ASEACAM y algunas de las principales superficies comerciales de la región, el Ejecutivo autonómico quiere "dar un nuevo impulso al producto kilómetro 0, más allá de las fiestas navideñas, respaldando las iniciativas de apoyo al producto local promovidas desde la iniciativa privada", pero también, "impulsando grandes campañas de comunicación para incentivar el consumo de alimentos de la región", ha recalcado Martín.

Durante su intervención, la consejera ha instado a las empresas madrileñas "a que intensifiquen su actividad exportadora" y "miren hacia nuevos mercados", una vez se reactive la actividad de las grandes ferias internacionales de la alimentación.

Para ello, las pequeñas y medianas empresas alimentarias madrileñas cuentan con "una gran ventaja competitiva" que, a juicio de la titular de Medio Ambiente, "no podemos desaprovechar", como es la marca Madrid. "Probablemente" ha subrayado, "la marca española más conocida fuera de nuestras fronteras"; motivo por el cual el Ejecutivo regional está desarrollando una nueva identidad para convertir al producto madrileño "en una elección preferente" y en el referente de "valores de excelencia".

Martín también ha subrayado la importancia de la calidad como "valor estratégico" a la hora de posicionar los productos en el mercado nacional e internacional. Una opción que está marcando los "nuevos hábitos de consumo", produciendo un cambio de modelo encaminado hacia una mayor exigencia por parte del consumidor". La consejera ha insistido en que el futuro pasa "por la calidad y la innovación en procesos y productos".

Además, ha puesto en valor "la sostenibilidad y la digitalización como aspectos estratégicos para el sector agroalimentario madrileño". Elementos ambos que la Unión Europea considera claves de cara a la recuperación económica y que también forman parte de la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas. Para ellos, "el sector de la región está en perfectas condiciones para competir y seguir avanzando en la transición desde la economía lineal a la economía circular o en la reducción del uso de plásticos, así como en la gestión de los residuos alimentarios".

APOYO A UN SECTOR ESTRATÉGICO

Dada la importancia del sector alimentario madrileño y su aportación a la economía de la región, la Comunidad de Madrid, dentro del marco de libertad que le caracteriza, "ha desarrollado medidas sanitarias, económicas y fiscales para las empresas, con el objetivo de paliar las consecuencias del cierre total de la actividad decretado por el Gobierno central en marzo y que supuso un descenso medio en la facturación del 28% en la industria alimentaria madrileña", ha indicado Martín.

Por este motivo, el Ejecutivo regional ha aprobado, entre otras medidas, una ayuda extraordinaria de 3 millones de euros por el que las industrias del sector podrán recibir una ayuda directa de hasta 50.000 euros; además de las líneas específicas que se destinan a la industria alimentaria, microempresas, pymes y medianas empresas, por un valor de de 3,5 millones de euros, para incentivar las inversiones en transformación, comercialización y desarrollo de sus productos para ser más competitivos. "Se trata de poner en valor una industria estratégica por su aportación a la prosperidad y al crecimiento económico de la región y por garantizar el abastecimiento de alimentos a la población", ha concluido Martín.

Cabe destacar que la región cuenta con 1.700 empresas que facturan más de 6.000 millones de euros al año, genera 24.000 puestos de trabajo directos y hasta 100.000 indirectos.

Además, la región acoge algunas grandes industrias del sector con fuerte poder exportador, lo que le permite alcanzar los 1.400 millones de facturación exterior. No obstante, la mayor parte de las empresas madrileñas son de tamaño pequeño o mediano y obtienen el 70% de su facturación en la Comunidad de Madrid.