



Valencia lanza una campaña para destacar el papel del puerto como aliado de las firmas exportadoras

La Autoridad Portuaria de Valencia ha lanzado la campaña #ElPuertoDeLasEmpresas para poner en valor el papel emprendedor del tejido empresarial que vende al exterior sus productos y actúa como motor de la actividad económica y la generación de empleo. «Una labor», ha reseñado la institución, «en la que los recintos de Valencia, Sagunto y Gandía actúan como los aliados perfectos por su cercanía, servicios, conectividad, seguridad, digitalización o sostenibilidad para que la marca España llegue a cualquier rincón del mundo». A través de una serie de vídeos y entrevistas, que se pueden ver en las redes sociales de la autoridad portuaria, «se da voz a los empresarios para explicar la importancia del recinto portuario en el contexto económico actual», ha indicado la institución.

Entre las empresas que han participado ya en la iniciativa, se encuentran

compañías que operan desde los recintos valencianos de sectores variados como el cerámico (Grupo Colorker), agroalimentario (Bodegas Nodus) o materiales de construcción (Tejas Borja). La conectividad es uno de los factores competitivos que destacan las empresas que operan desde el puerto de Valencia, situado en el top 20 de los enclaves del mundo mejor conectados según el Port Liner Shipping Connectivity Index que desarrolla Unctad. «El puerto de Valencia tiene una gran cantidad de itinerarios que facilita que nuestros vinos estén en Estados Unidos en una semana y en China en tres o cuatro», ha afirmado el director general de Bodegas Nodus, Adolfo de las Heras.

Junto a ello, los enlaces viarios y ferroviarios de los puertos de la Autoridad Portuaria de Valencia «favorecen la labor de la cadena logística y, por tanto, la actividad de las empresas exportadoras», ha señalado la institución. «El responsable de Exportación de Tejas Borja, Antonio Pascual, ha destacado la ubicación estratégica «que tiene el puerto de Valencia para nuestra empresa, porque rebaja los costes de transporte, simplifica el control de las operaciones y flexibiliza la respuesta de entrega a los mercados». En este sentido, el gerente de Marketing del Grupo Colorker, Vicente Sorlí, ha destacado que el puerto de Valencia es una parte «muy importante en la cadena de distribución de la industria cerámica ya que permite reducir el coste de la última milla y facilita la planificación de carga de nuestras operaciones».