monedaunica.net

Moneda Única

AÑO VI - Nº 56 - Julio-Agosto de 2006 3,50 €

NEGOCIO INTERNACIONAL

Chile
El nuevo Eldorado del cono sur

Tecnologías
"españa, technology for live"

América Latina, más allá del populismo

LAS EMPRESAS APUESTAN POR IBEROAMÉRICA

Y ADEMÁS: BALEARES: UNA ECONOMÍA QUE REMONTA | FINANCIACIÓN: EL SEGURO DE CRÉDITO UN AVAL RENTABLE | EMPRESAS: TAIM-TFG ABRE MERCADO EN IRÁN

EN LOS NEGOCIOS, UNA LETRA PUEDE MARCAR LA DIFERENCIA

INFORMACIÓN Y CALIFICACIÓN DE EMPRESAS - SEGURO DE CRÉDITO - RECOBRO DE DEUDAS - FACTORING

La gestión del crédito a clientes constituye un elemento clave para la buena marcha de los negocios. La misión de Coface es facilitar los intercambios comerciales de empresas en todo el mundo a través de una completa oferta de productos y servicios: información y calificación de empresas, seguro de crédito, recobro de deudas y factoring. La oferta de Coface permite financiar y proteger su cartera de clientes con total seguridad, garantizando sus ventas tanto en mercados nacionales como internacionales.

CON COFACE, CONVIERTA CADA CLIENTE EN UN BUEN CLIENTE

WWW.COFACEIBERICA.COM

coface

SUS RIESGOS COMERCIALES, BAJO CONTROL

El valor del precio

La aparente recuperación de las exportaciones españolas en los primeros meses de este año empieza a estar seriamente amenazada por la persistencia de dos factores: el estructural diferencial de inflación con respecto a nuestros competidores y la, cada vez menos coyuntural, fortaleza del euro frente al dólar. Dos pesados lastres para la competitividad de nuestros bienes y servicios que están afectando negativamente a las ventas y los márgenes de exportación de las empresas españolas y que los responsables de la Administración Comercial admiten ya como una de sus "preocupaciones principales".

La persistencia de las tensiones inflacionistas en la economía española ha propiciado un nuevo máximo en el IPC de mayor, situándose en el 4%, que mantiene el diferencial de inflación con la zona euro en 1,5 puntos porcentuales, tasa que supone una pérdida de competitividad en precio equivalente para las empresas y productos españoles en estos mercados que absorben el 57% de todas las ventas españolas en el exterior.

Por lo que respecta al tipo de cambio del euro, la depreciación de la moneda única en respecto al dólar estadounidense no impide que desde el inicio de este año la divisa europea conserve todavía una revalorización superior al 6%. El encarecimiento de los precios españoles inducido por el tipo de cambio afecta especialmente a los mercados de fuera de la UE que, durante el primer trimestre de 2006, se han mostrado especialmente dinámicos, con un crecimiento interanual de las exportaciones españolas del 42,6%, casi cinco veces superior a la subida en los países de la UE, y que suponen ya el 28,5% de todas las exportaciones españolas.

La continuidad de este contexto sitúa a las empresas españolas en una posición de debilidad competitiva creciente que exige respuestas contundentes e inmediatas para incrementar la productividad de la economía con medidas que fomenten la internacionalización, la diversificación y especialización en productos de mayor valor añadido, la innovación, el diseño, las mejoras organizativas y la competencia interna.

Un conjunto de actuaciones que se hacen aún más necesarias cuando la subida de los tipos de interés y la evolución alcista de la demanda global, que impedirá contener los precios de las materias primas y en particular del petróleo, van a añadir presión sobre los costes de unas empresas que, ya en 2005, vieron como el crecimiento de sus resultados ordinarios se veía significativamente influido por el incremento de los costes intermedios".

José María Triper
Director de Moneda Única
jmtriper@monedaunica.net

10 *La Administración Promueve*

- Islas Baleares. Una economía que remonta el vuelo.
- Comercio amplía las ayudas del Estado para la internacionalización de las empresas.

20 *Mundo Financiero*

- Seguro de crédito, un aval rentable.
- BBVA pisa fuerte en Estados Unidos.
- El Santander se hace con el 19% del Sovereign.

30 *Empresas*

- TAIM-TFG apuesta por Irán.
- Empresas en el exterior, pocas y volcadas a la Unión Europea.
- 50.000 millones por la Copa del Mundo.

36 *Sectores*

- La especulación del suelo, un freno al desarrollo industrial
- Golf a la carta, el juego es negocio.
- Medio ambiente. La alternativa limpia del petróleo.

42 *Mercados*

- Chile. El nuevo Eldorado de Latinoamérica.
- Entrevista a German Gref, ministro de Desarrollo Económico y Comercio de Rusia.

54 *Logística y Transporte Internacional*

- Los transitarios asumen la voz de la carga en el negocio exterior.
- Logística portuaria en Europa
- La optimización en el transporte.

64 *Recinto Ferial*

- Alemania, líder mundial en ferias internacionales.
- Madrid, referente del vehículo de ocasión.

70 *Turismo*

- El nuevo "look" del turista del siglo XXI.
- Ibérica Overseas. China, a la vuelta de la esquina.

76 *Formación Continua*

- Las escuelas de negocios se rinden a la logística.
- Llega UDIMA, la tercera universidad española a distancia.

82 *Nuevas Tecnologías*

- "España, technology for live".

6 Apuesta por Iberoamérica

El año 2006 es crucial para el futuro de América Latina. Catorce países deberán afrontar procesos electorales entre diciembre de 2005 y finales de 2006, con la amenaza de las corrientes populistas que han triunfado en Venezuela y en Bolivia. Las compañías líderes del seguro de crédito a la exportación y gestión del riesgo país apuestan por que la mayoría de los países mantendrán el rigor y el pragmatismo económico una vez superado el año electoral, mientras las multinacionales españolas deciden aumentar sus inversiones.

10 Baleares

Después de tres años en los últimos lugares del crecimiento económico regional de España las previsiones económicas de Baleares para el año próximo apuntan a una continuidad de la recuperación iniciada durante este año. El archipiélago balear es la quinta comunidad con mayor PIB per cápita.

82 España exporta tecnología

El Plan de Internacionalización de la Tecnología, elaborado por la Secretaría de Estado de Turismo y Comercio, destinará 100 millones de euros hasta final del año 2007 para sensibilizar a los mercados internacionales sobre la solidez de la oferta tecnológica española para ajustar la imagen de nuestro país en el exterior a la nueva realidad económica de España.

42-49 Chile

Un crecimiento económico del 6% mantenido durante los dos últimos años, basado en la fortaleza de las exportaciones y en la entrada de inversiones extranjeras,unas tasas de inflación bajas que oscilan entre el 2% y el 4%, y su estabilidad política y jurídica hacen de Chile uno de los mercados más atractivos y seguros de todo el cono sur de América. La nueva presidenta del país, Michelle Bachelet ha anunciado ya que su gobierno garantiza la continuidad de una política económica, caracterizada por el aperturismo y la vocación exterior. Chile tiene firmados tratados de libre comercio con más de medio centenar de países de todo el mundo, incluidos Estados Unidos y la Unión Europea, lo que le convierte en una plataforma comercial idónea para las empresas internacionales. En Chile están establecidas ya medio millar de empresas españolas.

15 Entrevista a Ernest-Antoine Seilliére, presidente de UNICE

Ernest - Antoine Seilliére, presidente la patronal europea UNICE, que agrupa a 36 federaciones de empresarios de 30 países, afirma que la lucha contra el proteccionismo en Europa es una prioridad para UNICE y pide “acciones enérgicas para respetar la legislación del mercado interior. El presidente de los empresarios europeos pide también una respuesta europea al problema de la inmigración.

Moneda Única

GRUPO EUROEMPRESA

Pulso Exterior, S.L.
Calle Recoletos, 5, 4º Izda. - 28001 Madrid

mu@monedaunica.net
www.monedaunica.net
Teléfono: 91 125 00 15
Fax: 91 825 00 32

EDITOR: José Terreros, jterreros@monedaunica.net
DIRECTOR: José María Triper, jmtriper@monedaunica.net
PUBLICIDAD: ZAPPA Promotions
REDACCIÓN: mu.editorial@monedaunica.net, Esmeralda Gayán, Carolina Iglesias, Silvia Miró, Eva Chaparro.
MAQUETACIÓN: Juan Antonio Cifuentes.
PUBLICIDAD:
Inés Castañón, icastanon@monedaunica.net,
Gabriel Montesi, gmontesi@monedaunica.net,
Estrella Albarrán, ealbarran@monedaunica.net
FOTOGRAFÍA: Lola H. Robles, Rosario, Rafael Elgorriaga
ILUSTRACIONES: L. A. Nogal
ADMINISTRACIÓN: Marina Martínez, Mª. José Revilla, Sandra Martínez
SUSCRIPCIONES: suscripciones@monedaunica.net

EUROPA: Jorge Hernández, Olena Kyryllova, Zlata Mederos, Rosa Soria, Ricardo Alcaine, Ángel Díaz, María González, Omar Misuriello, Galina Matveeva.

CORRESPONSALÍAS:
América: **Argentina, México.**
Europa: **Eslovaquia, Estonia, Letonia, Portugal, Rep. Checa, Rumanía, Rusia, Ucrania.**
Ásia: **China, India.**

CONSEJO EDITORIAL
PRESIDENTE: JAIME USSÍA
DIRECTOR: JOSÉ TERREROS
SECRETARIO: ANNE-LAURE ROMEUF
VOCALES: CARLOS AGRASAR (GARRIGUES ABOGADOS Y ASESORES TRIBUTARIOS), JUAN AIJÓN (IBERIA CARGO), JOSÉ BERTRÁN (UNIÓN EUROPEA-TACIS MTP), JOSÉ JUAN BONO (TNT EXPRESS S.L.), ANTONIO MARÍA ÁVILA (FEDERACIÓN DE GREMIOS DE EDITORES DE ESPAÑA), FERNANDO BARRENECHEA (CAJA ESPAÑA), FELIPE CARBALLO RÍOS, ELÍAS CARREÑO (PROMOMADRID), XAVIER DENECKER (COFACE IBÉRICA), JOSÉ MANUEL FERNÁNDEZ NORNIELLA, LUIS GARCÍA SAN MIGUEL (MONEDA ÚNICA), JESÚS MARÍA HERRASTI (MCC MONDRAGÓN INTERNACIONAL), JOSÉ MARÍA LACASA (CEOE), JAVIER MÁRQUEZ DE PRADO (ATRADIUS), CHRISTINE MICHELS ECHANIZ (MESSE FRANKFURT), MAURITS MULDER (FORTIS BANK), CARLES MURILLO (UNIVERSIDAD POMPEU FABRA), AURELIANO NEVES (BANCO ESPIRITO SANTO), FELIPE NÚÑEZ (PANAKEIA), MARIANO PALACÍN (FEPET), Mª ISABEL PARDOS (LITEXCO SPAIN, S.L.), MIGUEL PASTUR (COMMERZBANK), PASCAL PERSONNE (EULER HERMES), FRANCISCO JAVIER SÁNCHEZ BELLVE (CAJA MADRID), JOSÉ MARÍA TRIPER (MONEDA ÚNICA), XAVIER PUIG (BANCO SABADELL), BERNARD VAN HEES (BANCO URQUIJO).

MADRID: Calle Recoletos, 5, 4º Izda. - 28001 MADRIDD
BARCELONA: Gran Vía de las Cortes Catalanas 617, 2º A - 08007 BARCELONA
VALENCIA: Avda. Blasco Ibañez, 10 Esc. B Piso 1 Pta. 3, 46010 VALENCIA
ZARAGOZA: Plaza del Pilar, 12 - 1ª planta - oficina 3 - 50003 ZARAGOZA

Depósito legal: M-37931-2001
ISSN: 1579-4660

Queda prohibida la reproducción total o parcial del contenido de esta publicación, su tratamiento informático o su transmisión por cualquier medio, sin permiso explícito y por escrito de la empresa editora. EUROEMPRESA EDITORIAL no comparte necesariamente las opiniones de artículos y entrevistas firmadas.

Precio de ejemplar atrasado: 10 euros

Los gestores de riesgo apuestan por Latinoamérica

Las compañías lideres del seguro de crédito a la exportación y referencia en valoración y gestión del riesgo país recuperan la confianza en América Latina. Euler Hermes apuesta por el rigor y el pragmatismo económico en la región una vez superado el año electoral.

Texto **José María Triper**

El año 2006 es crucial para el futuro de América Latina. Marcado por dos tendencias preocupantes, un cierto desencanto con los regímenes políticos establecidos y las presiones para desviarse de la ortodoxia económica identificada con Estados Unidos, los procesos electorales abiertos en catorce países de la región entre diciembre de 2005 y finales de 2006, generan incertidumbre entre los inversores extranjeros.

Las grandes aseguradoras de crédito a la exportación y gestores del riesgo país apuestan, sin embargo, por la recuperación del rigor y el pragmatismo económico, superados los comicios, y por la continuidad del crecimiento.

En esta línea, Euler-Hermes, en un reciente informe sobre Latinoamérica asegura que "los resultados son elocuentes: Bolivia ha elegido como presidente a un *outsider* radical, Evo Morales, mientras que en Costa Rica, el bajo índice de participación y el acuerdo de libre cambio con EEUU (CAFTA) han costado la victoria al centrista Óscar Arias en favor de su rival de centro izquierda".

Sin embargo, los expertos de la compañía líder mundial del seguro de crédito estiman que "la reciente experiencia de los gobiernos de centro izquierda / populistas hace pensar que en el periodo postelectoral, el pragmatismo podría convertirse en la palabra clave para muchas economías. El radicalismo ha labrado su camino bajo la presidencia de Hugo Chávez en Venezuela y también podría ser así con Evo Morales en Bolivia, pero el fenómeno se ha producido allí donde los políticos y las instituciones tradicionales eran poco poderosas, y donde los recursos naturales forman la base de la economía y representan la vaca lechera de las políticas de redistribución de riquezas". Los resultados en Perú, donde el socialdemócrata Alan García se ha

Los presidentes Kirchner, Hugo Chavez, Álvaro Uribe, y Lula

impuesto, finalmente, al populista Ollanta Humala, parecen confirmar el optismismo de los analistas respecto al pragmatismo de los electores y los dirigentes políticos en los países más avanzados del cono sur de América.

Pragmatismo es la palabra que los analistas de riesgo aseguran para definir las políticas deel presidente de Brasil, Lula da Silva, líder del ala izquierda del partido de los trabajadores, que ha dado prioridad a la estabilidad macroeconómica, al igual que hicíera el presidente argentino Kirchner, a pesar de una postura fuertemente nacionalista, y el uruguayo Tabare Vasquez.

El informe de Euler Hermes recuerdaque en enero, Chile "ha votado por la continuidad del rigor económico, eligiendo a otro dirigente del partido socialista y con la reelección del presidente Uribe, Colombia podría conservar también la ortodoxia económica.

En México, uno de los candidatos favoritos es un populista, más pragmatista que radical, "reflejo de un crecimiento económico falto de vigor, de un presidente debilitado y de una pérdida de favor del partido tradicional". Mientras que en Brasil, Lula da Silva debe enfrentarse a la presión de sus partisanos habituales, "pero es en el centro donde estará la batalla". Punto importante es que los dos países han superado un momento crítico en sus elecciones precedentes, "México pasó el poder a la oposición por primera vez en setenta años, y Brasil eligió a un carismático antiguo sindicalista de izquierdas. El cuadro institucional también es más sólido que en Venezuela y Bolivia y además, es poco probable que los próximos presidentes obtengan mayoría en el Congreso y deberán recurrir a una financiación exterior".

Finalmente, Argentina convocará elecciones en 2007 situacón que no parece preoucpar a los analistas de Euler para quienes "el presidente Kirchner está bien situado para la reelección, incluso aunque su homólogo heterodoxo haga planeardudas en cuanto a la perennidad del crecimiento".

El populismo ganó allí donde los recursos naturales son la base de la economía

El 35% de las inversiones españolas

En línea con el informe de Euler Hermes, su principal competidor, el grupo francés Coface, asegura en su informe de riesgo sobre América Latina que el crecimiento económico de la región "se mantendrá en un nivel satisfactorio", mientras que "el buen desarrollo de las elecciones y las resistencias de las economías a las posibles tensiones constiuirán un indicio de la solidez de los logros económicos". Por su parte la española CESCE mantiene abiertas, sin restricciones, las coberturas de riesgo para las operaciones comerciales a corto y medio plazo, con restricciones cuantitativas para operaciones a largo plazo en países como Argentina, Bolivia o Venezuela. Las inversiones españolas en América Latina acumularon un volumen 114.233 millones de euros entre 1993 y 2004, lo que supon más del 35%de la inversión total española en el exterior. Más del 60% de esas inversiones se han realizado durante el trienio 1999-2001, y con voluntad de permanencia. Por sectores económicos dos terceras partes del capital español en la región se destina a actividades como la banca, seguros, distribución de energía, telecomunicaciones, construcción y concesiones de servicios públicos como la infraestructura del agua. De la magnitud de este proceso inversor da idea el hecho de que las inversiones realizadas por las empresas españolas conforman el 10% del PIB de Argentina y el 12% del PIB de Chile.

Las multinacionales españolas, sin síndrome de huída

Exploración petrolífera de Repsol YPF en Bolivia.

No hay síndrome de huída. Las multinacionales españolas creen en el futuro de América Latina y todas ellas han decidido aumentar sus inversiones en la región.

Texto: **José María Triper**

No hay miedo, ni tampoco existe un síndrome de huída. La inestabilidad política y las incertidumbres económicas y jurídicas derivadas del neopopulismo no asustan a las multinacionales españolas. Todas ellas están decididas a seguir y a aumentar sus inversiones para potenciar su papel en la región.

"En Latinoamérica hay futuro y de lo que se trata es de invertir y diversificar donde se pueda". Estas palabras pronunciadas por el director de Estudios de Repsol YPF, Pedro Antonio Merino, en un reciente seminario organizado por Altadis y el El Nuevo Lunes, resumen el pensamiento generalizado del resto de ponentes. Todos ellos altos directivos de las grandes inversoras en el centro y sur de América como José Juan Ruiz, director de Estrategia para América Latina, del Grupo Santander; Luis Rivera, director general para Latinoamérica de Endesa; y Javier Delegado, de Telefónica Internacional; quienes coincidieron también en afirmar que "hemos ido a estos países para quedarnos muchos años",aunque reclamaron mayor "estabilidad regulatoria y seguridad jurídica".

Unos elementos de riesgo que son también el eje del último informe del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), en el que se constatan las denuncias recibidas por las empresas europeas con intereses en América Latina, sobre "competencia desleal, escasa cultura de pagos y problemas relativos al cumplimiento de los contratos".

La institución financiera multilateral constata en su informe la existencia de problemas de "inestabilidad económica, inseguridad jurídica, ineficiencia del sistema judicial y deblidad institucional" que se están convirtiendo en un freno para los inversores extranjeros en esta región americana y especialmente en Colombia, Bolivia y Venezuela.

Vocación de permanencia

Todos estos obstáculos y debilidad no son óbice, sin embargo, para que la mayoría de las empresas europeas, y fundamentalmente las españolas, ratifiquen su "vocación de permanencia" en América Latina. Una decisión que justifican en las potencialidades que ofrece una región con "fuerte potencial de crecimiento, recursos naturales abundantes y una creciente inserción en el comercio mundial, no sólo con socios históricos sino también con países emergentes como China e India".

En concreto los empresarios europeos valoran muy positivamente los avances en el proceso de liberalización comercial en la región, como los tratados de libre comercio firmados por la Unión Europea con México y Chile, además de las negociones, mas o menos avanzadas para suscribir tratados similares con Mercosur, los países de América Central y el bloque andino.

¿De la mano de EE UU?

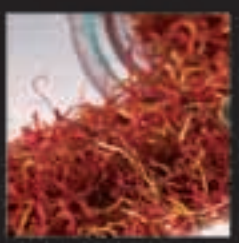
"Coordinar con Esatdos Unidos la política de inversiones españolas en Latinoamérica" y acelerar los acuerdos comerciales con la Unión Europea, esa es la propuesta que defiende la patronal española CEOE para hacer frente a la "inestabilidad" que afecta a los intereses privados españoles en la región iberoamericana, derivada de la inseguridad jurídica en muchos de los países que la integran. Unas propuestas que, en líneas generales, comparte también el Club de Exportadores e Inversores Españoles por boca de su presidente, Balbino Prieto, quien apunta la necesidad de que "España se implique y apoye el proceso de creación de un área de libre comercio en el continente americano".

Premios Granselección 06

Vino con D.O. de Castilla-La Mancha

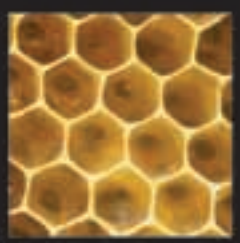
Queso Manchego

Azafrán de La Mancha



Aceite de Oliva Virgen Extra de Castilla-La Mancha

Miel de Castilla-La Mancha



Premio Gran Selección:

www.jccm.es

Vino con D.O. de Castilla-La Mancha

Vino Tinto de más de 3 años, con más de un año en barrica

CASTILLO DE ALMANSA 2001

Monastrell - Syrah - Tempranillo - Tintorera
Bodegas Piqueras (D.O. Almansa)
ALMANSA (Albacete)
Tlf.: 967 34 14 82

Queso Manchego

Queso Manchego Industrial Curado

MONTESCUSA

Quesos Lominchar, S.L.
CORRAL DE ALMAGUER (Toledo)
Tlf.: 925 207 246

Azafrán de La Mancha

Azafrán de La Mancha

LA ROSERA

Bealar, S.L.
MOTILLA DEL PALANCAR (Cuenca)
Tlf.: 969 180 156

Aceite de Oliva Virgen Extra de Castilla-La Mancha

Aceite de Oliva Virgen Extra con D.O. Montes de Toledo

ARZUAGA

Ifama, S.L.
NOEZ (Toledo)
Tlf.: 925 590 227

Miel de Castilla-La Mancha

Miel con D.O. "Miel de La Alcarria"

MIEL DE TORRONTERAS

Romero
Miel de Torronteras
ESCAMILLA (Guadalajara)
Tlf.: 949 82 70 91

Alimentos de Castilla-La Mancha

OVI-KOTE

Castilla-La Mancha

REPORTAJE

Islas Baleares
Una economía que remonta el vuelo

Después de tres años en el furgón de cola del crecimiento regional y tras tocar fondo en 2003, las previsiones económicas para 2007 anuncian una continuidad en la recuperación. La reactivación del sector servicios servirá para acortar distancias con Europa y España.

Texto: **Medea López**
Fotos: **Moneda Única**

Con 22.947 euros por habitante, Baleares es la quinta comunidad autónoma con un mayor Producto Interior Bruto (PIB) per cápita, cifra que supera la media nacional (20.838 €) y que se sitúa muy cerca de la europea, que alcanza los 23.400 euros. Puede presumir de tener una de las mayores tasas de actividad de España con un 60,96%, sólo por detrás de Madrid y Cataluña. Además, tal y como indican los resultados del Instituto Nacional de Estadística (INE), en el primer trimestre de 2006 su tasa de paro fue de un 8,47%, manteniendose por debajo de la media nacional (9,07%), gracias a que en los últimos 10 años se han creado 133.000 nuevos puestos de trabajo en las islas.

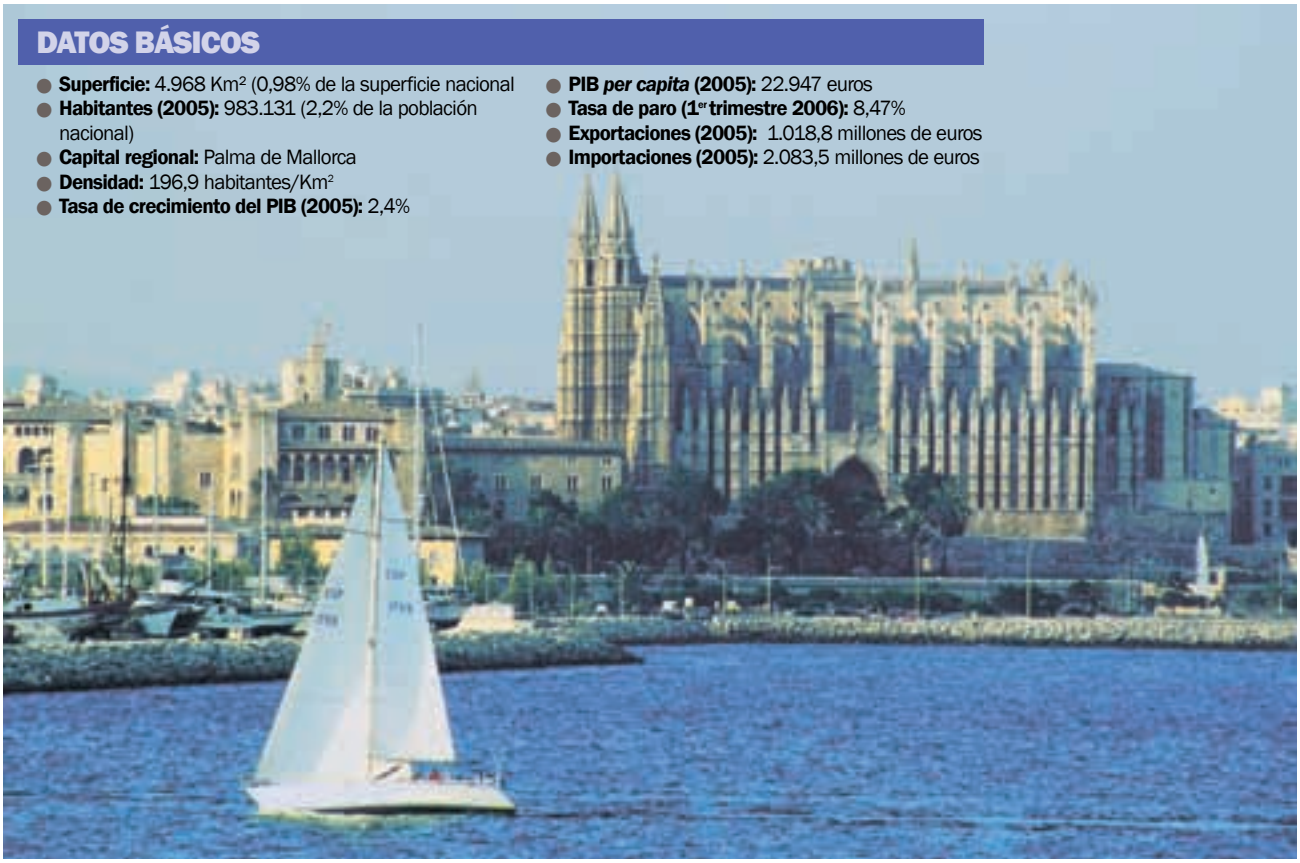
Estos son los datos oficiales adelantados por el conseller de Trabajo y Formación del Gobierno balear, Cristóbal Huguet, en el Encuentro 2006 de la Economía Balear celebrado el 1 de junio, y atribuyó el incremento de la población activa al turismo y a la confianza de los empresarios, lo que ha permitido que en 2005 se haya generado el mayor número de puestos de trabajo desde los últimos cinco años, con una tasa de 5,5% , superando en un punto a la media estatal, potenciado por la mano de obra extranjera y la contratación indefinida, que a pesar del carácter estacional del mercado balear, superó en 1,7 puntos a la

La propuesta de reforma financiera

El modelo de financiación autonómico es el punto fuerte de la reforma del Estatuto Balear. La enmienda presentada por el PP, que se aprobó el 13 de junio en el Parlamento autónomo y que se ha remitido al Congreso, sostiene que la Administración Central tendrá que dedicar en los próximos 10 años el 2,5% de sus inversiones a Baleares (similar al porcentaje que supone la aportación de la isla al PIB español) y la suma total de éstas no podrá ser inferior a los 3.000 millones de euros. También incluye la creación de un fondo de inversiones para empresarios dentro del Régimen Especial de Baleares (REB), que les permitiría reinvertir una parte de los impuestos pagados en proyectos de modernización de infraestructuras y mejoras en la productividad, para compensar las desventajas económicas derivadas de la insularidad.

DATOS BÁSICOS

- **Superficie:** 4.968 Km² (0,98% de la superficie nacional
- **Habitantes (2005):** 983.131 (2,2% de la población nacional)
- **Capital regional:** Palma de Mallorca
- **Densidad:** 196,9 habitantes/Km²
- **Tasa de crecimiento del PIB (2005):** 2,4%
- **PIB *per capita* (2005):** 22.947 euros
- **Tasa de paro (1er trimestre 2006):** 8,47%
- **Exportaciones (2005):** 1.018,8 millones de euros
- **Importaciones (2005):** 2.083,5 millones de euros



media estatal. No obstante, a pesar de estos datos positivos, Baleares fue, al igual que en los últimos tres años, la región que experimentó el menor dinamismo en su economía en 2005 con una evolución de un 2.4%, un punto por debajo de la tasa de crecimiento española.

La causa de este lento crecimiento se debe, según el INE, al menor ritmo de avance de la construcción y los servicios, principalmente en aquellos relacionados con el turismo. De todos modos, aunque Baleares sigue marcando tasas de crecimiento inferiores a las del conjunto nacional, éstas tienden a converger desde 2003, por lo que las previsiones del Govern de Baleares son esperanzadoras y cifran el crecimiento para este año en un 2,5%, con visos de mejorar en 2007, debido a que el sector servicios ha repuntado en cifras. Según el conseller de Economía, Lluís Ramis de Ayreflor, el sector servicios, pilar de la economía (aglutina al 75% de la población activa), aporta al PIB balear 16.000 millones de euros , lo que le convierte en el principal motor de la producción, seguido de la construcción que genera 1.600 millones y que concentra el 14% del empleo.

Más optimista aún es el crecimiento del 3% estimado por el presidente de la Confederación de Asociaciones Empresariales de Baleares (CAEB), Josep Oliver.

Confianza empresarial

Este clima de confianza reina también entre los empresarios, quienes consideran que su cifra de negocio en 2005 mejoró respecto al año anterior (aunque por debajo de la media española y en los últimos puestos del *ranking*), y sus expectativas para 2006 señalan un nuevo aumento, según las conclusiones del informe *Perspectivas empresariales en España y Europa 2006*, publicado por las Cámaras de Comercio.

Prevén una mejora de las exportaciones para 2006 y en el segmento de las ventas nacionales existe una mayor confianza en Baleares que en el resto de España, principalmente el sector servicios. En cuanto a la evolución de la cifra de negocio, los empresarios prevén un comportamiento similar al de los últimos años, en el que Baleares crezca menos que España y más que la Unión Europea.

Baleares es la cuarta comunidad en crecimiento de la ocupacion y la quinta con mayor PIB per cápita

Madrid impulsa una plataforma de grandes ciudades en la OCDE

Alberto Ruiz Gallardón demanda una nueva política urbana global y mayores cotas de suficiencia financiera para la administración de las grandes ciudades.

Los pasados 22 y 23 de mayo se celebró en París el Foro de la OCDE 2006. Este evento, que anualmente y en paralelo al encuentro de Ministros, impulsa la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, ha ido adquiriendo una gran repercusión en los últimos años, llegando a convertirse en una verdadera cumbre global de carácter multisectorial, en la que se dan cita relevantes líderes sociales, económicos y políticos de todo el mundo para debatir sobre los temas más candentes de la coyuntura internacional.

La cita de este año, bajo el título "Equilibrando la globalización", reunió en el Centro de Conferencias Internacionales de París a cerca de 1.500 personalidades de todo el mundo, en torno a diversos paneles y mesas sectoriales en las que se trataron, entre otros, los desequilibrios económicos globales, la contribución de los mercados financieros al crecimiento económico mundial, el aprovechamiento de los beneficios de la tecnología y la innovación, la gestión de la incorporación de China e India a la economía mundial, el reto de la creación de empleo en el siglo XXI o los requisitos éticos y de eficiencia en el comercio y la inversión como motores de desarrollo económico.

El Ayuntamiento de Madrid, merced a una excelente relación con la OCDE, labrada recientemente a través de una estrecha colaboración en varios proyectos conjuntos, asumió un activo papel en este evento, convirtiéndose en el único patrocinador público del Foro y liderando el panel sobre "Ciudades y Globalización".

Acompañaron al Alcalde en París, los portavoces de economía de los tres grupos municipales del Ayuntamiento de Madrid (PP, PSOE e IU); el secretario general de CC.OO. de Madrid, Francisco Javier López; los presidentes de la Cámara de Comercio y de CEIM, Fernando Fernández-Tapias y Gerardo Díaz Ferrán; el presidente de Mercamadrid, Luis Blázquez; los presidentes de El Corte Inglés, ACS e HISPASAT, Isidoro Álvarez, Florentino Pérez y Petra Mateos Aparicio; el vicepresidente de INDRA, y el director general de IFEMA, Fermín Lucas, entre otros.

Las ciudades son el principal motor del crecimiento económico y cambio social

En su discurso de apertura del debate sobre "Ciudades y Globalización", Alberto Ruiz Gallardón hizo hincapié en el trascendental papel de las ciudades en nuestra sociedad, en virtud de su condición de principales motores del crecimiento económico y del cambio social. Y frente a este protagonismo, Gallardón resaltó los grandes desafíos que hoy comparten todas las grandes urbes del planeta: la inmigración, la necesidad de renovar los espacios y equipamientos urbanos, o la deslocalización industrial, asuntos que inquietan, hoy en día, a los responsables de las grandes ciudades.

Frente a este panorama, Gallardón realizó una llamada de atención a todos los presentes, lideres políticos y empresariales de todo el mundo, sobre la necesidad de pararse a pensar sobre el futuro de la ciudad. Afir-

mó el Alcalde de Madrid que actualmente se produce un relevante desequilibrio entre los cometidos y responsabilidades que la sociedad asigna a las ciudades, y los medios y recursos con los que éstas cuentan para afrontarlos. Gallardón invitó a los organismos internacionales, como la propia OCDE, y a los diferentes Estados nacionales, a emprender la definición de una nueva política urbana global, que otorgue a la ciudad, en general, una presencia en la esfera política internacional acorde con su relevante papel en nuestra sociedad.

Como cierre a su intervención, aprovechó su presencia en este foro con repercusión mediática global, para demandar abiertamente mayores cotas de suficiencia financiera para la administración de las grandes ciudades. Aseguró Gallardón que no se puede exigir a las ciudades que afronten con garantías los retos del futuro, si no se pone a su disposición los recursos necesarios para ello.

En la mesa también participaron Chris W. Brooks, Director de Relaciones Externas y Comunicación de la OCDE, experto economista con una dilatada trayectoria en el ámbito de la economía territorial; Michael Harcourt, ex Alcalde de Vancouver y ex Presidente de British Columbia, y actualmente Presidente del Comité consultivo externo del Primer Ministro de Canadá, y Yazid Sabeg, Presidente de la compañía francesa CS, y experto en cuestiones urbanas.

Aprovechando su participación en este Foro de repercusión internacional, Gallardón propuso a la OCDE que

La inmigración y la deslocalización industrial, grandes desafíos urbanos

la Ciudad de Madrid acogiese en 2007 una conferencia internacional de este organismo sobre los temas tratados: la ciudad ante los retos de la globalización. El nuevo secretario general de la OCDE, el mexicano Ángel Gurría, aceptó públicamente esta propuesta, y puso a disposición de la iniciativa de Madrid todo el respaldo de su organización, para lograr que este evento se convierte en una verdadera cumbre global de ciudades.

De este modo, ambos organismos están ya trabajando en la puesta en marcha de esta gran conferencia internacional, que se celebrará en el primer trimestre de 2007 y que traerá a Madrid importantes personalidades de todo el mundo, entre ellos, los alcaldes de buena parte de las mayores urbes del globo.

Se han sumado ya a la iniciativa la Administración Central del Estado, a través de los Ministerios de Administraciones Públicas y Asuntos Exteriores, y el Club de Madrid, organización que aportará, entre su prestigioso elenco de miembros, todos antiguos presidentes y primeros ministros, ponentes para la Conferencia.

Esta iniciativa pretende ser un lugar de encuentro, un foro en el que los alcaldes de grandes ciudades de todo el mundo puedan dialogar sobre sus problemas y sus retos. De este modo, será sin duda cita obligada para todos aquellos implicados en la realidad urbana: gestores públicos, empresas privadas y mundo académico. De hecho, los convocantes lanzan esta propuesta con la intención de que pueda llegar a ser el germen de una plataforma global de grandes ciudades, que vele por los intereses urbanos ante los organismos internacionales y los estados nacionales.

De este modo, el Ayuntamiento de Madrid consigue dar continuidad a la fructífera alianza de colaboración que mantiene con la OCDE, y que le está reportando importantes logros en términos del posicionamiento internacional de la ciudad.

Elija el camino más seguro para crecer.
Con presencia local en 43 países, Euler Hermes es el líder mundial en seguro de crédito y el número uno en los principales mercados de destino de las exportaciones españolas: Francia, Alemania, Reino Unido, Italia, Portugal y Marruecos, así como en Polonia, Hungría, Bélgica, Luxemburgo y Estados Unidos.
Asegure su negocio con nosotros. 902 011 021
EULER HERMES Crédito
DÉJESE GUIAR POR EL LÍDER
A company of Allianz
EULER HERMES ES LÍDER MUNDIAL EN SEGURO DE CRÉDITO · WWW.EULERHERMES.COM

LA ADMINISTRACIÓN PROMUEVE

Las islas del valor añadido

Jaume Matas, presidente del Govern de les Illes Balears

Las limitaciones que para la actividad económica impone la complejidad pluriinsular propia de todo archipiélago han forjado un tejido productivo balear muy dinámico y necesariamente innovador.

El producto de alto valor añadido, fruto de nuestra intensa experiencia en los sectores en los que tradicionalmente nos hemos especializado con notable éxito, configura la oferta con capacidad para garantizar nuestra competitividad en un entorno cada vez más complejo.

En materia turística, varias décadas atrás, las Illes Balears hicieron una firme apuesta por el intercambio de la cantidad por calidad, por el desarrollo sostenible y por la diversificación de nuestro excepcional modelo de sol y playa. Por eso, ahora estamos en condiciones de presentar una oferta que ya no compite sólo en precio, un entorno natural bien preservado, un destino seguro y cómodo para el visitante, profesionalidad en la prestación de servicios, facilidades de comunicación con el continente europeo y un clima que puede disfrutarse a lo largo de todo el año mediante la práctica de numerosas actividades.

Con todo ello, consideramos que, por sus ventajas comparativas, la actividad turística balear tiene un futuro asegurado y rentable en el marco del desarrollo de la Unión Europea, en contraste con los riesgos que corren otros territorios con economías concentradas en sectores menos competitivos para nuestro país en el contexto de la globalización.

Afortunadamente, debido a las deseconomías de escala consustanciales a la condición de archipiélago, los sobrecostes del transporte y las desventajas estructurales ligadas a la insularidad, también la industria y el sector primario de las Illes Balears apuntaron hace ya muchos años hacia los productos de alto valor añadido, en especial hacia aquellos que nos permiten una mayor diferenciación.

“Somos unos privilegiados en la calidad de vida”

Tenemos muy presente que, para las regiones que soportan los problemas que generan la barrera marítima y la discontinuidad territorial, el avance de la sociedad del conocimiento en su conjunto, y más concretamente del comercio electrónico, de la industria de los contenidos y del teletrabajo, suponen grandes oportunidades.

Es evidente que estamos abocados a un mundo diferente, más flexible, más interrelacionado y, sobre todo, consumidor de mayores cuotas de ocio.

Existe, desde esta perspectiva, una interesante posibilidad para nuestras islas, que tienen ante sí el reto de desplegar una estrategia capaz de aprovechar el potencial de las tecnologías de la información y las comunicaciones para convertirse en uno de los lugares de Europa más atractivos para cierto tipo de inversiones.

Podemos captar así industrias limpias y actividades relacionadas con la investigación científica y con las técnicas aplicadas, además de muchas otras de alta profesionalización y las referidas al trabajo sin distancias que impulsan las telecomunicaciones.

También nosotros podemos aprovechar el proceso que se está produciendo en los principales países desarrollados de descentralización espacial de las distintas unidades que componen la cadena de valor de las empresas, con su localización en los territorios que ofrecen las condiciones más idóneas para cada una de ellas.

El archipiélago balear cuenta con importantísimos activos que nos permiten aspirar a situarnos como una región europea privilegiada desde el punto de vista de la calidad de vida. Al atractivo de la cultura mediterránea, sumamos la belleza del paisaje, una meteorología suave y cálida, proximidad al continente, un interesante patrimonio histórico, un gran número de elementos con alto valor artístico y elevadas dosis de cosmopolitismo.

Además, las islas poseen otra destacada ventaja con respecto a sus destinos competidores: unas infraestructuras, equipamientos y servicios de buen nivel, que el actual gobierno autonómico se ha propuesto mejorar aún más durante esta legislatura con una actuación decidida a favor de una modernidad que nos permita dar respuesta a unos usos sociales que ofrecen mayor tiempo libre, que persiguen hábitos más saludables y que valoran de forma creciente el ocio productivo.

LA ADMINISTRACIÓN PROMUEVE

Comercio amplía las ayudas del Estado a la internacionalización

Cesce ofrecerá una cobertura global con un porcentaje máximo del 99% y el ICO abre una línea de financiación por 500 millones

Texto: **Lope Santamaría**

Nuestra vocación, y nuestro gran reto, es que ninguna empresa española compita en inferioridad de condiciones financieras con una empresa extranjera". Con estas palabras, el secretario de Estado de Turismo y Comercio, Pedro Mejía, presentaba a los responsables empresariales de los principales sectores exportador y financiero españoles las nuevas medidas y modificaciones que durante los últimos meses se han venido impulsando desde el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio en los instrumentos de apoyo oficial financiero a la internacionalización de las empresas españolas.

Estas novedades corresponden a cuatro tipo de medidas, según se deriven de los cambios introducidos en el marco regulatorio internacional, es decir, en el Consenso OCDE, o que correspondan a instituciones internas como los paquetes de reformas de CESCE, Cofides e ICO.

Por lo que respecta al primer grupo, y para adaptar las ayudas españolas a las modificaciones introducidas en el nuevo anexo IV del Consenso OCDE, a partir de ahora se permitirá la posibilidad de otorgar créditos con apoyo oficial a la exportación en condiciones comerciales a una amortización a 15 años para proyectos de Energías Renovables y Agua, con independencia del país de destino. También se incorpora un régimen particular de apoyo en relación con el tipo de interés.

Por su parte, la aseguradora pública de crédito a la exportación, CESCE, pasa a ofrecer una cobertura global, asegurando el riesgo de crédito independientemente de la causa que lo motive, fijando el porcentaje máximo de cobertura en un 99%.

Todo ello con el objeto de adaptar el seguro de crédito a la exportación en España a la situación económica mundial, eliminando la distinción entre los riesgos políticos y los comerciales. demás, CESCE ha diseñado un nuevo esquema de seguro para las inversiones en el exterior, que incorpora un conjunto de mejoras en la cobertura.

Mientras, el Instituto de Crédito Oficial, a través de la potenciación de su nueva Línea ICO para la Internacionalización de la Empresa Española 2006, también está apoyando a las empresas españolas, financiando las inversiones que llevan a cabo para potenciar su presencia en el exterior. Esta línea pone a disposición de las empresas españolas 500 millones de euros.

Más campo para Cofides

Además de CESCE y el ICO, la Compañía Española para la Financiación del Desarrollo (Cofides), modificará su ámbito de actuación, al igual que los fondos para inversiones en el exterior, FIEX, y Fonpyme, que gestiona también ésta financiera dependiente de la Secretaría de Estado. Esta institución tendrá en cuenta el concepto de interés español, que incluye no sólo la existencia de inversión española, sino también operaciones de exportación, transferencia de tecnología, subcontratación o franquicia por parte de las empresas españolas; la penetración de marcas y de la imagen de España; la obtención para nuestro país de derechos de emisión de CO2 y otros proyectos de relevancia para la política comercial o económica española o de los países elegibles.

El origen de estos cambios en la instrumentación de las ayudas financieras responde al compromiso del Ministerio de garantizar las mejores ofertas financieras para las empresas que lleven a cabo operaciones de internacionalización. Pedro Mejía recordó a los empresarios que en España "existe una tradición de apoyo financiero oficial a la internacionalización de nuestras empresas, contando con un sistema muy equiparable a los existentes en nuestros países competidores y que están sujetos a una continua evolución".

LA ADMINISTRACIÓN PROMUEVE

ENTREVISTA ERNEST-ANTOINE SEILLIÉRE

“La inmigración es un problema que debemos resolver juntos en la UE”

Texto: **José María Triper**
Fotos: **Lola H. Robles**

Nombre: Enest-Antoine Seilliére
Cargo: Presidente de UNICE
Edad: 66 años
Formación: Titulado en Derecho y Ciencias Políticas.

Ernest-Antoine Seilliére es presidente de la patronal europea UNICE. Organización que representa a 36 federaciones de empresarios de 30 países. Es vicepresidente del Consejo de Administración de Cap Gemini Ernst & Young, miembro del consejo de supervisión de Peugeot S.A., Hermes International S.A. y Bureau Veritas. Es comendador de la Legión de Honor de Francia y de la Orden Nacional del Mérito francés.

UNICE ha denunciado el retraso de los gobiernos europeos en el cumplimeinto del programa de Lisboa. ¿Cuáles son las propuestas de los empresarios para urgir las reformas acordadas?

El programa de Lisboa tenía como objetivo hacer de la UE la primea potencia mundial en materia de investigación e innovación y los empresarios de toda Europa se quedaron entusiasmados. Pero en 2005 se constató que los Gobiernos no habían realizado nada. El escepticismo y la decepción de los empresarios parece que hizo reaccionar a los gobiernos este año se han presentado ya algunos programas nacionales. Evidentemente hay un retraso enorme y no vemos una verdadera movilización para conseguir ese liderazgo europeo en el mundo. Ante esta situación tenemos la determinación, como confederación europea de empresas, de que las organizaciones empresariales de cada país se movilicen ante sus gobiernos para exigir la puesta en marcha de esta política de impulso a la innovación, la investigación, mayor flexibilidad en el mercado de trabajo, y de lucha contra los déficits públicos que repercuten negativamente en la inversión y en la modernización de las economías.

En este contexto, la economía española está sufriendo un fuerte deterioro de la competitividad exterior

Europa, en el mercado mundial tiene una cuota muy importante, y Alemania es el primer exportador mundial. Esto indica que se mantiene el dinamismo de la economía europea, a pesar de que los países emergentes como China, India, Rusia, Brasil, cada son mas competitivos. En el caso de España, la dificultad de adaptación de las empresas a las exigencias del mercado y de la competencia, sobre todo en el funcionamiento del mercado laboral, es una de las causas principales de este deterioro de la competitividad. También los obstáculos que existen en la UE al funcionamiento del mercado único, el retraso en la puesta en marcha de políticas nacionales activas de fomento de la investigación, el desarrollo y la innovación,

son también frenos muy importantes para la competitividad internacional.

Uno de los sectores más retrasados en cuanto a funcionamiento de un mercado único es el de la energía que, ahora, se ve agravado por los altos precios del petróleo y el resurgimiento de medidas proteccionista en algunos estados de la UE.

Para nosotros, que una empresa europea quiera comprar o aliarse con otra empresa europea es algo natural. Y si después de cincuenta años de construcción europea todavía pueda haber reacciones negativas a estos movimientos empresariales demuestra hasta que punto no hemos sabido crear la mentalidad europea que deseamos. La lucha contra todo lo que pueda llamarse proteccionismo en Europa es una prioridad de la UNICE y figura en nuestro programa de actuación. De todas formas las normas económicas europeas son claramente contrarias al proteccionismo y cualquier gobierno que quiera impedir una oferta tendrá problemas con el Tribunal de Justicia. El avance del proteccionismo nacional provocaría un efecto dominó negativo por lo que instamos a emprender acciones enérgicas en favor del respeto de la legislación del mercado interior.

En esta línea, ¿cuáles son las propuestas que hace UNICE para reactivar la integración de los mercados europeos?

En primer lugar, nuestro programa apuesta por conseguir industrias de red eficaces, especialmente en el sector de la energía. Pedimos también que se aplique el principio de reconocimiento mutuo en todos los mercados y adoptar una directiva de servicios que promueva eficazmente el crecimeinto y el empleo.

Otro problema que está afectando a las economías europeas y, especialmente a la española, es el de la emigración ¿Están de acuerdo con las políticas comunitaria y de los gobiernos nacionales en esta materia?

Este es un problema importantísimo. En primer lugar porque es un problema humano y, también, porque hay países como España que están afectados por una inmigración incontrolada. Por ello, aunque las decisiones sobre inmigración son competencia nacional, creemos que este es un problema que afecta a toda la UE porque la libre circulación de personas hace que lo que se produce en un país tiene consecuencias sobre el resto. Es un problema que debemos resolver juntos en Europa y que exige una respuesta común. En esta cuestión, UNICE apoya todas las iniciativas que contribuyan a dinamizar la economía europea porque en muchos estados hay necesidades demográficas y profesionales.

“La lucha contra el protecionismo en Europa es una prioridad de UNICE”

La ampliación de la UE ¿está , a su juicio, perjudicando el desarrollo económico y competitivo de la UE?

UNICE está totalmente a favor de la ampliación de la UE hacia nuevos países y creemos que es algo benéfico y provechoso tanto a nivel europeo como para los países que se adhieren. Lamentamos, sin embargo, que en el plano institucional no se hayan modernizado las cosas. Somos conscientes de las negativas consecuencias del rechazo francés al proyecto de Constitución Europea y de la situación de confusión y de espera en la que nos encontramos. Uno de los puntos esenciales de nuestro programa es suprimir las restricciones existentes en el acceso al mercado laboral para los nuevos estados miembros y estamos convencidos de que la incorporación de Rumanía y Bulgaria no va a plantear ningún problema específico o adicional al desarrollo de la UE.

¿Cómo ven desde UNICE el surgimiento de regímenes populistas en América Latina? ¿Están de acuerdo con la respuesta de la UE y de los gobiernos frente a las decisiones expropiatorias que afectan a empresas europeas?

Cada vez que un gobierno, por intereses locales, toma iniciativas que dificultan los intercambios comerciales y las inversiones, desde UNICE nos oponemos a estas actitudes y debemos intentar contribuir a modificar estas actitudes políticas a través de posiciones que favorezcan el desarrollo de los movimientos de capitales, el comercio, la circulación de los talentos y cerebros, la innovación recíproca del espíritu empresarial, que son los valores tradicionales europeos y deseamos que se respeten.

Finalmente, ustedes defienden una modernizaciòn del modelo social europeo para poder conservarlo. ¿Con que médidas?

La declaración de la Confederación Europea de Empresas del pasado 7 de abril, recoge tres actuaciones principales: mejorar las oportunidades de empleo en Europa, adaptar los sistemas sociales al envejecimiento de la población y conceder el espacio necesario al diálogo social.

LA ADMINISTRACIÓN PROMUEVE

PROTAGONISTAS

El Gobierno confía a las Cámaras la acción exterior

Javier Gómez-Navarro

Después de más de dos años de ostracismo, las Cámaras de Comercio recuperan el papel de primer organismo en la organización y ejecución de las acciones oficiales de promoción de las exportaciones y de las inversiones en el exterior. Los responsables de Moncloa y del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, han decidido devolver a la institución cameral la responsabilidad de organizar, en estrecha colaboración con el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX, los viajes de Estado, encuentros empresariales y foros de inversión que forman parte de la estrategia de internacionalización empresarial de la Administración Comercial del Estado, además de en la elaboración de los planes estratégicos sectoriales y geográficos. Unas actividades que, desde la llegada al poder del Ejecutivo presidido por José Luis Rodríguez Zapatero, se habían delegado en CEOE y que ahora vuelven a recuperar las Cámaras.

El traspaso de poderes se ha materializado ya durante la reciente visita oficial a España del presidente Nestor Kirchner (las Cámaras fueron las encargadas de organizar los encuentros y el almuerzo del mandatario argentino con los empresarios españoles) y va a consolidarse mediante la preparación de la agenda oficial de promoción para el segundo semestre de este año, en la que el Consejo Superior de Cámaras preparó ya la delegación empresarial que acompañó al presidente del Gobierno a la India, los días 3 y 4 de julio.

También son las Cámaras las responsables de colaborar con el ICEX la organización del Foro de Inversiones y Cooperación Empresarial de Shanghai los días 13 y 14 de julio, presidido por el Príncipe de Asturias. Y, para después del paréntesis veraniego, las Cámaras serán también los "socios" del ICEX para organizar un foro de inversiones en Chile, el 16 y 17 de octubre y un encuentro empresarial en Buenos Aires, en noviembre; además del Comité Bilateral de Cooperación Empresarial Hispano-Cubano, de La Habana en la segunda quincena de septiembre.

Este cambio de interlocutor preferencial entre las organizaciones de representación empresarial supone una ruptura con la estrategia iniciada por el Gobierno tras las elecciones del 14 de marzo para mantener un clima de entendimiento y colaboración entre el gobierno socialista y los empresarios de cara a conseguir el apoyo de la organización empresarial a las decisiones de política económica y a las reformas laborales y sociales.

Hoy, sin embargo, tres razones básicas han decidido al Gobierno a cambiar de "socio": la radicalización de CEOE contra las políticas económica y autonómica del Ejecutivo tras la reelección de José María Cuevas; la consolidación de Javier Gómez-Navarro (ex ministro de Comercio y Turismo con Felipe González) al frente del Consejo Superior de Cámaras: y, por último, el descontento de la Casa Real, Presidencia del Gobierno y el Ministerio de Industria con la organización y la actitud de algunos dirigentes de la patronal en los viajes oficiales a Vietnam y, el más reciente de los Reyes a Jordania y Arabia Saudí.

José Manuel Reyero.

PromoMadrid abre oportunidades de negocio en Rumanía e Israel

La presidenta de la Comunidad de Madrid, Esperanza Aguirre, realizó el pasado mes de junio dos viajes de promoción económica y empresarial a Rumanía, país que pasará el examen para entrar en la Unión Europea en 2007, e Israel donde existen posibilidades para las empresas españolas en sectores de tecnología, medio ambiente y tratamiento de aguas.

En Rumania, Aguirre inauguró el seminario *Soluciones españolas para la infraestructura urbana y la protección del medio ambiente*, organizado por Promomadrid por la empresa pública para el desarrollo internacional de Madrid, PromoMadrid.

José Manuel Reyero, consejero delegado de PromoMadrid destacó que Rumanía, con 22 millones de habitantes, es "un país de oportunidades" para las empresas españolas en sectores como las infraestructuras y el medio ambiente, y tratamiento de residuos". En Rumania hay afincadas 105 empresas españolas, entre las que destaca Campofrío.

Cofides apoya las inversiones en África

El Gobierno español quiere acompañar el frente diplomático abierto para frenar la oleada de inmigrantes del África Subsahariana con una política de fomento de la industrialización de los países de la región. Con este objetivo, la Compañía Española para la Financiación del Desarrollo, Cofides, ha suscrito con el Banco Europeo de Inversiones (BEI) y otras Instituciones Financieras de Desarrollo bilaterales europeas un acuerdo para financiar inversiones privadas en países de África Subsahariana, Caribe y Pacífico (ACP), a través de la sociedad Europen Financign Partners (EFP).

Remedios Romeo, presidenta de Cofides

EFP se creó en mayo de 2004, con una capacidad global de financiación de 140 millones de Euros siendo Cofides una de los socios fundadores.Una vez comprometidos esos recursos sus accionistas han decidido aportar 175 millones de euros adicionales para continuar sus actividades de inversión en esas áreas a partir de este año 2006. EFP ofrece apoyo a través de préstamos, participaciones en capital, instrumentos de cuasi-capital y garantías, con un límite de 25 millones de euros por proyecto.

España, ante el reto de la energía

Eva Chaparro
Redactora de Moneda Única

El alto crecimiento económico mundial está produciendo una mayor intensidad de la energía, que conlleva un incremento de la demanda del petróleo y del gas y, por tanto, de sus precios. En los dos últimos años, éstos se han multiplicado prácticamente por dos en la Unión Europea, y los de la electricidad siguen una tendencia idéntica. Esto está provocando un problema energético sobre todo en los países más dependientes, que no afecta por igual a todos. Así, Europa depende en un 50% de la energía de fuera. Pero si no conseguimos ser más competitivos en este sector, dentro de 20 ó 30 años, el 70% de las necesidades energéticas de la UE tendrán que satisfacerse mediante productos importados.

España, por ejemplo, está más afectado que Francia. Un 80% de nuestra energía depende de las importaciones. Por ejemplo, la mayor parte del gas que precisamos procede de Argelia, que llega a nuestro país a través de un gaseoducto que pasa por Marruecos, con lo que esto supone de inseguridad del suministro por la posible inestabilidad de estos países.

Así que España sigue siendo una isla energética. El petróleo representa el 52% de nuestro balance energético, 10 puntos por encima de la media europea. El futuro se presenta, por tanto, arriesgado y tendremos que estar preparados para ello. De no corregir esta vulnerabilidad energética, nuestro modelo de crecimiento podría variar. La envergadura de este reto exige que actuemos de inmediato especialmente en los ámbitos de las fuentes de energía renovables, donde España ya ha tomado la iniciativa europea y está apostando fuerte; y de la eficiencia energética (no sólo lideramos las emisones de dióxido de carbono (CO_2) por persona en Europa, sino que además los hogares españoles somos, sólo por detrás de los italianos, los que más malgastamos la energía). Este compromiso implica a todos: administraciones, empresas, colectividades, familias, individuos...

> El 80% de la energía que consume España es de importación

Sin embargo, este desafío supone también una gran oportunidad para nuestras empresas tecnológicas. El desarrollo y despliegue de nuevas tecnologías energéticas, destinadas a reducir el derroche, generadoras de una mayor calidad de vida y un ahorro económico y que permitan conducir hacia un uso responsable y racional de la energía, es fundamental para mejorar la seguridad del suministro y la sostenibilidad. Además, las tecnologías de alta eficiencia energética constituyen un mercado internacional que va a mover miles de millones de euros en los próximos años. España debe velar porque sus industrias estén a la cabeza mundial en la generación de estas tecnologías, que pueden abrirnos un campo inmenso en los mercados globales si nos lanzamos a realizar acciones decididas de exportación de estas tecnologías a terceros países, especialmente a aquellos en los que el consumo energético crece de manera alarmente, como China y la India.

Seguro de crédito, un aval rentable

Sin riesgo no hay rentabilidad. Las empresas están dispuestas a afrontarlos, pero con garantías. ¿Cómo conseguir reducir estos riesgos a su mínima expresión? Mediante el seguro de crédito a la exportación.

Texto: **Juan Royo**

En una operación de comercio exterior se dan toda una serie de riesgos que no existen en el mercado local. Los mercados nuevos prometen crecimientos en ventas, pero al mismo tiempo, también acrecientan los riesgos de impago. Una forma de reducirlos es contratar un seguro de crédito a la exportación. Este tipo de seguro permite cubrir total o parcialmente riesgos comerciales, políticos o de tipo de cambio.

El seguro de crédito a la exportación está regulado por la Ley 50/1980 de 8 de octubre del Contrato de Seguros (LCS), sección séptima. Dicha Ley contempla en su artículo 69 que cuando se formaliza un contrato por un seguro de crédito, el asegurador se obliga, dentro de los límites establecidos por la Ley y en el propio contrato, a indemnizar al asegurado las pérdidas finales que experimente a consecuencia de la insolvencia definitiva de sus deudores. La disposición adicional primera de la Ley 30/1995, de Ordenación y Supervisión de los Seguros privados, establece entre las modalidades de seguro de crédito aquellos referentes a la exportación: los créditos comerciales cuando el cliente comprador pertenece a un país extranjero. De esta manera, el empresario internacional optimiza la gestión del riesgo, el recobro de las deudas y cuenta con la garantía de ser indemnizado en caso de resultar fallidos. Por estos motivos, el seguro de crédito es un instrumento clave en el fomento de las exportaciones de un país. Cesce, Crédito y Caución, Coface o Heuler Hermes son algunas de las compañías que todo empresario involucrado en los negocios internacionales debe consultar.

Una empresa que decide importar debe tener en cuenta no sólo los riesgos patrimoniales de sus clientes, sino también los riesgos comerciales derivados de sus ventas a crédito. El crédito es una práctica habitual entre proveedores y clientes. Por eso, un posible impago puede provocar consecuencias desastrosas en la cuenta de resultados: falta de liquidez para atender otros compromisos, inmovilización de recursos o gastos de gestión en el cobro. Un deudor es insolvente cuando se producen alguno de los tres siguientes supuestos: cuando haya sido declarado en quiebra mediante resolución judicial firme; cuando se aprueba judicialmente un convenio en el que se establezca una condonación del importe; cuan-

El atractivo de los mercados emergentes

Los países emergentes son los mercados más atractivos para el empresario español. Los BRICs (Brasil, India, Rusia y China) se encuentran entre las zonas geográficas con un potencial de desarrollo mayor. Sin embargo, en estos casos, al riesgo comercial se le une el riesgo político o de país. Atradius ofrece cobertura por falta de pago en circunstancias de límites a la transferencia monetaria, inconvertibilidad, guerras -incluida la guerra civil-, cancelación de contrato por el país importador, restricciones a la exportación o embargo por el país exportador y restricciones a la importación o el país importador. A solicitud del asegurado, pueden incluso cubrir el riesgo de impago de Administraciones Públicas. Las fluctuaciones de las divisas también pueden ser cubiertas por seguros de crédito o directamente en los mercados financieros mediante derivados financieros como los futuros o las opciones. Estos instrumentos son más baratos y eficientes. Se pueden contratar por Internet y cuentan con la ventaja de que se puede deshacer la posición de forma instantánea en tiempo real (*on line*) con tan sólo un click de ratón.

Los seguros logran redistribuir el riesgo y la rentabilidad en el mundo de los negocios. Aquellas empresas que no están dispuestas a soportar determinados riesgos los traspasan a las aseguradoras que hacen frente a ellos a cambio de una prima. Recogen el excedente de riesgo y, lógicamente, cobran por ello. El coste de las primas se calcula en la mayoría de los casos de forma individualizada y desagregando el coste según los riesgos que se van a cubrir. La variable decisiva es el nivel de riesgo a asegurar y el volumen de negocio de cada empresa. En ocasiones será necesario realizar un estudio y clasificación crediticia de clientes lo que incrementa el coste de la operación.

No obstante, este tipo de seguros son indispensables ya que el empresario debe centrar sus esfuerzos en el desarrollo de su negocio y saber delegar aquellas funciones que se escapan a su formación. En ocasiones lo caro puede salir muy barato.

do se haya destituido mandamiento de ejecución o apremio, sin que del embargo resulten bienes bastantes para el pago; o finalmente, en el caso en el cual el asegurado y el asegurador, de común acuerdo, consideren que el crédito resulta incobrable.

Los empresarios no pueden perder su tiempo en investigar la solvencia de sus clientes ni en interpretar las complejas y diversas legislaciones extranjeras, ni mucho menos, enredarse en laboriosas negociaciones con morosos. Les resultaría carísimo tanto en términos monetarios como en coste de oportunidad de recursos dedicados.

Los créditos documentarios de exportación, por tanto, permiten financiar los negocios internacionales con la seguridad de tener asegurado el cobro de las exportaciones en los términos establecidos y que la mercancía no será entregada si el pago no se efectúa en las condiciones pactadas. Una entidad de crédito o banco emisor se compromete, irrevocablemente, por cuenta de su cliente y siguiendo sus instrucciones, a pagar a un tercero (exportador o beneficiario) un importe contra la presentación de unos documentos a través de su entidad bancaria, que puede jugar el papel de avisador o emisor. La ventaja esencial reside en que el exportador garantiza el cobro si presenta la documentación pertinaz y, mientras, el importador se asegura la recepción de la mercancía en los términos y forma establecidos en el crédito.

Mercancías en el puerto de Hamburgo, en Alemania.

El exportador se asegura el cobro y el importador la recepción de la mercancía

Coface pone a disposición de sus 85.000 clientes 4.600 colaboradores organizados en cada país en torno a la red comercial integrada en 4 líneas de negocio. En primer lugar, el seguro de crédito, para proteger a las empresas contra los riesgos de impago. Comprende el conjunto de riesgos que afectan a la cuenta cliente del balance, a los que las empresas se exponen vendiendo sus productos a crédito, tanto en España como en el extranjero. Tiene cinco tipos de pólizas: @rating Premier, para la cobertura global de los riesgos de España y/o países de la OCDE; Globalliance, para la cobertura global de los riesgos de impago en España y/o en más de 140 países; Globalliance Excess, que cubre las pérdidas que exceden la Franquicia Anual Global establecida en el contrato; Self Underwriting Pólicy (SUP), póliza destinada a empresas con una facturación de al menos 25 millones de euros; y la Póliza de Riesgos Individuales, Comerciales y Políticos. Además del seguro de crétido, Coface ofrece a sus clientes un servicio de información y certificación de empresas, que incluye opiniones de Crédito @rating disponibles para 44 millones de empresas de 151 países. Éstas ofrecen una valoración segura de la capacidad de una empresa para cumplir a tiempo con sus compromisos de pago. Igualmente, disponen de informes comerciales sobre empresas de todo el mundo a través de un único acceso. A estos servicios hay que añadir el recobro de deudas, con el soporte de un experto basado en años de experiencia con miles de clientes locales e internacionales. Y también un servicio de factoring en la modalidad "*in-house*", para empresas que quieren mantener la gestión de cobro, contabilidad y primeras gestiones de recobro.

Euler Hermes, número uno mundial en seguro de crédito, asegura el crecimiento internacional, asesorando y apoyando a estas empresas en sus operaciones en el exterior, gracias a una labor de prevención y vigilancia, gestión de recobro e indemnización por pérdidas sufridas. Está presente en 43 países y es líder en los principales mercados de destino de las exportaciones españolas. En exportación, cubre el 90% de las pérdidas sufridas y, gracias a su capacidad tecnológica, puede responder al 80% de las solicitudes de crédito en un plazo máximo de dos días. Su modelo de negocio se basa en la presencia local. Los analistas de la compañía clasifican, seleccionan y vigilan el estado de solvencia de los clientes de sus asegurados, analizan los riesgos desde su lugar de origen y actualizan continuamente la información financiera para controlar la evolución de sus índices de solvencia. Así, Euler Hermes es capaz de asesorar al exportador sobre el mejor modo de conducir sus relaciones comerciales en los países de destino de sus ventas. Su expansión geográfica responde a la necesidad de seguir a los asegurados allá donde vayan. Sólo en 2005, la empresa se estableció en Japón, India, Turquía, Rusia y los países bálticos, y cuenta con oficinas en la mayoría de las nuevas economías emergentes. Su oferta de productos va desde la World Policy, dirigida a multinacionales que desean condiciones generales únicas y servicio local para sus filiales; la Póliza Global, que cubre operaciones en el mercado doméstico y en exportación; y la Póliza Exceso de Pérdidas, que cubre hasta el 100% de las pérdidas que superan una franquicia fijada previamente con el asegurado.

Crédito y Caución nació en 1929, introduciendo en España el seguro de crédito a la exportación. Hoy, es el segundo grupo mundial en el seguro de crédito, con presencia en 45 países a los que se destinan el 99% de las exportaciones españolas. Cerca de 1.200 empresas españolas comenzaron a exportar en 2005 apoyándose en los productos y servicios de la compañía. El 30% de las cerca de 25.000 empresas que gestionan sus riesgos comerciales con Crédito y Caución realiza ya ventas al exterior, cuatro puntos más que en 2004.

En respuesta a la demanda de las empresas, los productos de Crédito y Caución han evolucionado desde un seguro contra insolvencias hacia un sistema integral de gestión de riesgos comerciales. Las pólizas Europa+, pensada para empresas que operan en la UE, o Líder, para empresas con proyección en el mercado mundial, permiten la cobertura de operaciones de exportación a empresas que habitualmente sólo trabajaban el mercado interior. Este tipo de pólizas globales registraron el último año un crecimiento superior al 75%.

Además, cuenta con una plataforma de asesoramiento integral en Comercio Exterior -Cycomex- que supone una palanca para que el nuevo exportador supere las trabas relacionadas con la cultura, legislación o idioma de cada país. Una herramienta *on line* que facilita el acceso inmediato a fichas país prácticas, que incluyen los documentos necesarios para exportar a cada mercado, y cerca de 200 preguntas y respuestas sobre aspectos prácticos de la internacionalización. Para consultas más específicas existe un servicio de consultoría a medida que constituye un apoyo a las operaciones comerciales en curso.

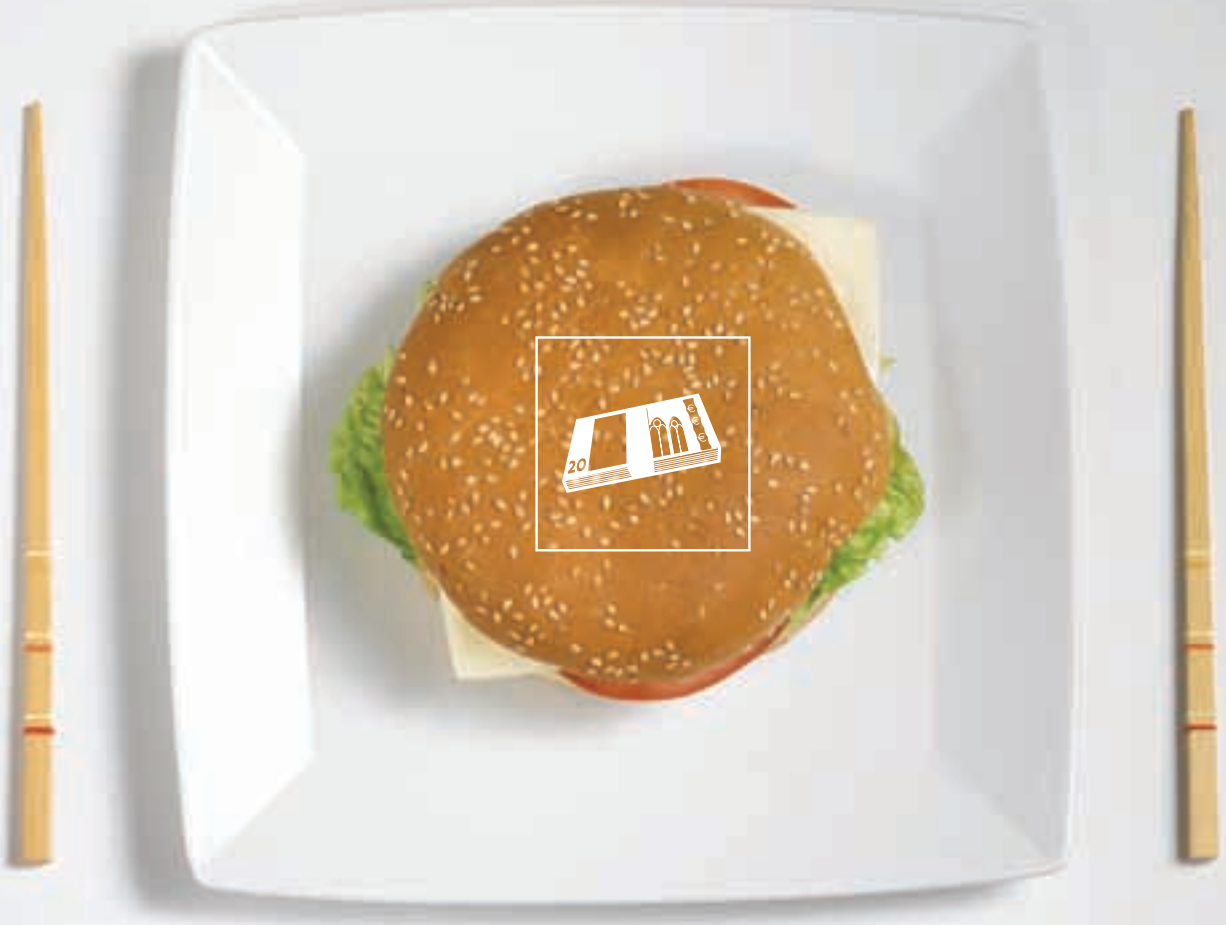
Grupo CESCE, con cerca de 50.000 clientes y una facturación superior a los 300 millones de euros, ha consolidado su posición de liderazgo en la Gestión Integral del Riesgo Comercial: seguro de crédito, análisis y seguimiento de cartera de clientes y gestión del cobro. Esta posición es el resultado de una estructura de empresas especializadas en cada uno de los servicios ofrecidos.

Es líder en el mercado del Seguro de Crédito a la Exportación, si bien en la actualidad más del 50% del volumen total asegurado corresponde a operaciones comerciales en el mercado interior.

Asimismo, a través de su filial INFORMA, Grupo CESCE gestiona la mayor base de datos de información económica, financiera y comercial en España con 4,8 millones de empresas registradas. Esta oferta de servicios es complementada con la gestión de recobros, a través de Reintegra, y el diseño de soluciones para el tratamiento eficiente de información económica a través de su filial CTI.

Su estrategia de cercanía al cliente se basa en una nutrida red de agentes y en la disponibilidad de 32 oficinas en España, Francia y Portugal, y su presencia directa mediante filiales en Latinoamérica (Argentina, Brasil, Colombia, Perú y Venezuela). CESCE realiza un esfuerzo permanente en ofrecer soluciones tecnológicas de primer nivel a sus clientes. Por ello ofrece una plataforma *on line*, CESNET, que permite gestionar en tiempo real y con garantías de confidencialidad sus pólizas de seguro. En igual sentido, más del 98% de los clientes de su filial INFORMA se conectan con la compañía a través de Internet, con una media de más de 4,5 millones de páginas vistas al mes.

Al mismo tiempo podrías estar abriendo un negocio en Asia y cerrando otro en Nueva York.



COMEX
TRANSFERENCIA

TARIFA PLANA CON EE.UU, CHINA, TAIWAN Y HONG-KONG

Caja España pone a tu disposición la Tarifa Plana MULTIDESTINO, con la que podrás realizar transferencias con EE.UU., CHINA, TAIWAN y HONG-KONG, sin preocuparte por las comisiones, sin gastos añadidos y sin limite de operaciones al año.

Además, puedes realizarlas en cualquier momento ON LINE desde www.cajaespana.es y obtener un justificante del SWIFT traducido al inglés.

¿No es lo que estabas esperando para tu negocio?

Llámanos y te informaremos.

Caja España
Damos soluciones

Atención directa del departamento de Negocio Internacional
Horario de atención al cliente: Lunes a jueves de 8.30 a 18.00
Viernes de 8.30 a 15.00

902 364 023

Xavier García de Villaumbrosia
Director *Factoring, Forfaiting, Covering* de Banco Sabadell

Forfaiting, una solución al riesgo

La palabra *forfaiting* proviene de la expresión francesa *a forfait*: sin responsabilidad para el cedente. El *forfaiting* podríamos considerarlo como una extensión del *factoring* dirigido a cubrir un volumen importante de operaciones financieras que por sus especiales características requieren un tratamiento específico y diferencial a las operaciones de *factoring*.

Los contratos de *forfaiting* son las herramientas financieras que están dando soluciones y coberturas a riesgos cautelares que existen sobre operaciones a medio y largo plazo, como las realizadas sobre países en los que existen dudas sobre su solvencia económica.

Con el fin de determinar cuales son las características principales y diferenciadoras definiríamos el *forfaiting* como aquel instrumento financiero dirigido a cubrir operaciones (cesiones de crédito) tanto del mercado interior como del exterior, concretas y definidas en el tiempo, a plazos superiores a los 180 días y hasta los 7 años, sin recurso (de forma irrevocable), es decir sin posibilidad de ejercer acción alguna de regreso contra el cedente (vendedor).

Estas operaciones se instrumentan, generalmente sobre letras de cambio aceptadas y/o avaladas, pagarés con aval bancario, en operaciones de exportación sobre créditos documentarios y sobre garantías bancarias emitidas sobre compromisos de pago.

Por el contrario el *factoring* da cobertura a cesiones de crédito globales, sin recurso, generalmente a plazos inferiores a los 180 días sobre facturas emitidas por el cedente, notificadas al deudor, contemplando la acción de regreso sólo en caso de conflicto comercial entre el cedente y el deudor. Podemos distinguir dos tipos de operaciones que con mayor frecuencia se realizan:

Operaciones en las que el riesgo recae sobre una entidad financiera, emisora de la garantía o aval sobre el crédito cedido.

Operaciones sobre riesgo corporativo de la empresa deudora, que se fundamenta en el análisis de la solvencia económica y financiera del deudor.

En las operaciones de exterior el *forfaiting* es un efectivo instrumento financiero para transacciones realizadas con sociedades situadas en países con un elevado riesgo político o inestabilidad económica. Una vez finalizada la operación de exportación / importación y una vez librados los documentos cambiarios, podrán acudir al *forfaiting* como instrumento financiero que ofrece garantía de cobro al contado, eliminando el riesgo de tipo de cambio, así como simplifica la gestión administrativa de las ventas en el exterior, ya que buena parte de esta labor es asumida por la entidad financiera.

Una vez tomada por el *forfaiter* la operación, la compra es inmediata. Esta compra se realizará en la misma divisa que la operación de exterior y se abonará por el neto, descontado el coste financiero, que está compuesto por la adición de un diferencial al tipo de referencia (EURIBOR o LIBOR) en función de la divisa tomada y una comisión de gestión.

> El forfaiting se utiliza en países con un elevado riesgo político o inestabilidad económica

El perfil de las empresas a utilizar esta modalidad de financiación son todas aquellas empresas que los créditos a sus clientes se soportan documentalmente en los documentos cambiarios señalados anteriormente.

En las operaciones de importación, el *forfaiter* lo que hace es asumir el riesgo del deudor, en este caso del importador, dando cobertura al exportador que sería el no residente. Esta tipología de operaciones sólo las realizan *forfaiters* con red propia en el exterior o que tengan acuerdos bilaterales con bancos o *factors* internacionales.

Como resumen, nos encontramos ante un instrumento financiero que aporta seguridad en los cobros, (sin recurso contra el cedente), cobertura de riesgo país, cobertura sobre fluctuaciones de las divisas, reducción de los plazos de cobro al transformarlas a contado, así como ampliar las fuentes de recursos financieros de las empresas al soportar éstas operaciones sobre el riesgo deudor.

BBVA pisa fuerte en Estados Unidos

EL BBVA invertirá más de 2.000 millones de dólares para adquirir dos bancos regionales en el Estado de Texas cotizadas en el Nasdaq: Texas Regional Bancshare (TRB) y State National (SNB) por 2.164 millones de dólares y 480 millones, respectivamente.

Con esta operación, la entidad española da otro paso firme en su plan de internacionalización y de construcción de un banco global. La posición en Texas refuerza también el liderazgo en México, materializado a través de Bancomer, uno de los principales activos del grupo español. Se trata de las dos mayores operaciones realizadas por BBVA en el mercado americano donde lleva invirtiendo desde 2004, con la que además la entidad triplica el volumen de activos en la zona, desde los 4.526 millones de dólares hasta los 12.583 millones.

La financiación de la operación se realizará con recursos internos procedentes de la venta del 14% en BNL ya realizada, y la venta del 5,04% en Repsol YPF, operación que le reportará unos ingresos de 1.290 millones de euros. Además, la entidad no descarta realizar nuevas compras en la región.

Sede central del Grupo BBVA en Madrid.

Al mismo tiempo, BBVA inauguraba una sucursal en Tokio, operación a través de la cual refuerza su presencia en Asia. Desde la nueva sucursal, la entidad ofrecerá sus servicios a las 4.100 compañías con presencia internacional, de las que 520 tienen filiales en España y/o Latinoamérica. La apertura de la sucursal en Tokio es un nuevo paso en la estrategia de crecimiento de BBVA en el mercado asiático, en el que el Grupo recientemente anunció también una mayor presencia en China a través de la apertura de nueva oficina en Shangai.

Blesa pide mayor inversión en I+D

El presidente de Caja Madrid, Miguel Blesa, señaló en la clausura del VI Encuentro Financiero Internacional que los gobiernos no deben sólo lamentarse por la pérdida de empleos que genera el fenómeno de la deslocalización industrial sino anticiparse y aprovechar las ventajas competitivas que tiene cada economía. Estas ventajas no sólo se tienen sino que se pueden crear a través de la inversión en centros de desarrollo informático, universidades, formación y todo lo que tenga que ver con I+D.

Blesa advirtió que, históricamente, los países más avanzados han sabido adaptarse a las condiciones cambiantes de la economía, tal y como ha hecho, por ejemplo, Estados Unidos, donde el porcentaje de empleo agrícola ha pasado en un siglo del 82% al 2%. Este fenómeno implica un traslado masivo de mano de obra entre diferentes sectores productivos, que obliga a cada país a explotar y fomentar sus propias ventajas competitivas.

Para el presidente de la segunda mayor caja de ahorros española, el proceso de deslocalización no se puede disociar del otro gran fenómeno social de nuestros días como es la inmigración. Ante esta situación, Blesa advirtió que Europa debe invertir en los países de los que proceden los principales flujos migratorios para crear allí empleo porque en caso contrario este proceso se mantendrá activo.

La CAM asesora sobre los negocios en Polonia

La Caja de Ahorros del Mediterráneo, a través de su oficina de Varsovia, tuvo la oportunidad de acompañar a la delegación de empresas de la misión comercial a Polonia organizada por el Instituto de Fomento de la Región de Murcia (INFO), durante la semana del 14 al 20 de mayo.

Cerca de 20 empresas de distintos sectores relacionados con agroalimentación, mueble y sector químico participaron en esta misión conjunta, que también visitó Ucrania.

Ésta es la cuarta edición que se realiza de esta actividad de promoción tras la importante acogida que tuvo en las ediciones anteriores, circunstancia que viene a corroborar el gran interés que el mercado polaco, el mayor socio comercial de España en Europa Central y del Este, despierta entre las empresas españolas.

El volumen de exportaciones españolas con destino a Polonia procedentes de la Región de Murcia durante el año 2005 ascendió a 68 millones de euros, mientras que la cifra de importaciones procedentes de este país con destino a esta comunidad mediterránea alcanzó los 15 millones de euros.

Los resultados de esta misión fueron calificados de "muy positivos", por los responsables de la entidiad financiera, con un balance de numerosas entrevistas con distintas empresas polacas.

Servicios desde Varsovia

La presencia de la CAM permitió ofrecer a las empresas asesoramiento personalizado *in situ* en sus negociaciones con las empresas locales, además de tener la oportunidad de conocer de primera mano sus proyectos de internacionalización, con el fin de plantearles aquellos productos y servicios que más de adapten a sus necesidades, sobre todo en lo referente a los servicios ofrecidos desde la Oficina de la Caja de Ahorros del Mediterráneo en Varsovia.

Euler Hermes se interesa por la compra de Allianz Ireland

Euler Hermes estudia la adquisición de las actividades de seguro de crédito de Allianz Ireland, unas actividades que representan actualmente alrededor de 10 millones de euros de facturación y el 45% de la cuota de mercado en Irlanda. Gracias a esta operación, Euler Hermes entraría en el único de los países de Europa Occidental en el que no actúa aún de forma local. El grupo se convertiría en líder del mercado en el país, al tiempo que reforzaría su posición de liderazgo en Europa y en todo el mundo.

"Irlanda es una de las economías más dinámicas de Europa, con una media de crecimiento anual del PIB de 5,2% en los últimos cinco años. Allianz Ireland ha desarrollado un sólido negocio de seguro de crédito, con un equipo de alta calidad, al que Euler Hermes estaría encantado de acoger. Implementando nuestro modelo de negocio, Euler Hermes pretende desarrollar más el seguro de crédito de forma local para beneficiarse de la vitalidad de la economía irlandesa".

Euler Hermes Crédito, filial española del Grupo Euler Hermes, contribuye al desarrollo rentable de las empresas a través de un servicio integral de prevención de riesgos, recobro de créditos impagados e indemnización por pérdidas sufridas.

Sede de Crédito y Caución en Madrid.

Crédito y Caución informa sobre las licitaciones en España

Crédito y Caución ha incorporado un nuevo servicio que permitirá a sus clientes acceder, sin coste añadido, a los datos de todas las licitaciones y adjudicaciones públicas. Public@ución se nutre de la información publicada en más de 70 fuentes y permite a cada cliente realizar búsquedas selectivas, con un listado de resultados desde el que es posible acceder al detalle de aquellos que seleccione e, incluso, a un archivo en formato PDF que reproduce el Diario oficial donde ha sido publicado. Los criterios de segmentación permiten distinguir entre contratos de consultoría, obras, servicios o suministros; administraciones centrales, autonómicas, provinciales y locales e incluir rangos de fechas, importes o territorios de actuación. Más de 2.500 empresas utilizan de forma habitual sus servicios en lo negocios relacionados con la Administración.

Salvador Molina
Director de La Revista de Banca y Finanzas

Ana Patricia Botín bajo la lluvia...

Ana Patricia Botín llegó bajo la lluvia a la Universidad Menéndez Pelayo en Santander. Las preguntas de los periodistas asistentes al tradicional curso de la APIE llovían sobre mojado: "nada que declarar". El paraguas de la Botín seguía abierto en la sala; porque si algo aprendió la heredera de don Emilio de la fusión con el Central Hispano ha sido a saber callar. Tan silenciosos son ahora los pasos de Ana Patricia que hasta silenció la noticia de la reestructuración de la cúpula del banco que preside, Banesto, y emplazó a los periodistas a la comunicación formal a la CNMV de un hecho relevante a primera hora de la tarde.

Pero, los hechos son tozudos. La Botín ha realizado su primer acto real de ejercicio de mando. Don Emilio le ha otorgado la mayoría de edad y ha aceptado que su hija se desprenda del tutor que le impuso: Federico Outón, de 56 años, que ha sido el consejero delegado de Banesto desde marzo de 2002, un hombre próximo a Alfredo Sáenz, el actual vicepresidente del Santander. José García Cantera, de 40 años, será el nuevo consejero delegado, procedente de Salomon Brothers y Citibank.

Así, Ana Patricia Botin asume el control real de Banesto (88,4% del Santander). Hasta ahora, Alfredo Sáenz mantenía el mando a distancia . Ya ha pasado el tiempo de tutorías y ahora le toca dirigir al cien por cien un barco enorme para cualquiera, pero pequeño para la destinada a gobernar el Grupo Santander. Quizá por ello, esta noticia coincide en el tiempo con su compra de acciones del grupo Santander.

Y es que la presidenta de Banesto y consejera del Santander, Ana Patricia Botín, ha invertido 2,155 millones de euros en adquirir 200.000 acciones del Banco Santander, con lo que ha elevado su participación al 0,147 por ciento. Como tiene sindicadas sus acciones con su padre y sus hermanos Emilio y Javier, se eleva la participación sindicada de la familial al 0,76% del capital, unos 47,52 millones de acciones que está valoradas en 517 millones de euros.

Ana Patricia ya está vestida de largo, el paraguas bien agarrado y dispuesta a solventar lo que le echen...

BREVES

El Santander compra el 19% del Sovereign

El Grupo Santander ha cerrado definitivamente la compra del 19,8% del banco estadounidense Sovereign Bancorp tras obtener "todas las aprobaciones exigidas por las autoridades pertinentes".

El coste de la operación, acordada en octubre de 2005, asciende a 2.395 millones de dólares (unos 1.860 millones de euros). La entidad presidida por Emilio Botín prevé que "la inversión tenga impacto positivo en el beneficio por acción de Santander desde el primer ejercicio".

Según los términos del acuerdo, el banco español ha suscrito una ampliación de capital por 1.931 millones de dólares y ha comprado autocartera por 464 millones, "pagando en ambos casos 27 dólares por acción". El fondo de comercio generado ascenderá a 703 millones de dólares.

Una vez concluida la entrada en el capital de Sovereign, Santander cuenta con la opción de lanzar a partir del tercer año una Oferta Pública de Adquisición sobre el 100% del capital de la entidad estadounidense. "Estamos muy satisfechos de haber cerrado este acuerdo de inversión dentro de las fechas previstas", ha asegurado Juan Rodríguez Inciarte, director general de Santander. "Sovereign es un banco que ha creado una excelente franquicia regional en el noreste de EE UU", ha añadido.

Existe la opción de lanzar una OPA sobre el 100% a partir del tercer año

En la última junta de accionistas del Santander se ratificó también la incorporación del presidente de Sovereign Bank, Jay Sidhu, a la cúpula del banco español. En este mismo encuentro, el máximo responsable del Santander descartó nuevas compras en el Reino Unido por el momento, y destacó que sólo realizarán adquisiciones que "creen valor para nuestros accionistas". El mercado de valores español ha respondido muy bien a esta decisión del Santander, cuyas acciones han subido considerablemente en las últimas semanas.

Luxemburgo se postula en Madrid como centro de inversión financiera

Luxemburgo, uno de los principales centros financieros del mundo, ocupa el primer puesto de Europa y el segundo mundial en fondos de inversión. Ponentes especialistas del centro financiero luxemburgués ofrecieron una serie de *workshops* en Madrid sobre las novedades en los siguientes áreas: fondos de inversión transnacionales ("UCITS"); el mercado de capitales (SICAR's, REIFS y *covered bonds*); la gestión de patrimonios y sus aspectos fiscales para inversores españoles; y instrumentos de pensiones.

El encuentro despertó un gran interés en los inversores madrileños. Belinda Coombes, directora comercial del Foro, comentó que "hay bastante curiosidad por las oportunidades de negocio en Luxemburgo, sobre todo en el sector financiero pero también en otros ámbitos. En este sentido el Foro está jugando un papel muy necesario, y estoy realmente satisfecha con su éxito".

El seminario del 16 de junio, con su enfoque sobre las últimas novedades en los productos y en el régimen fiscal, despertó mucho interés, y ha recibido numerosos comentarios positivos de los asistentes 'expertos'.

Felipe Carballo
Doctor en Ciencias Económicas

Inmigración y desarrollo

Ha sido necesaria, una invasión de "cayukos" sobre las costas de Canarias, como antes lo fue la llegada de pateras o los asaltos a los vallados de Melilla y Ceuta, para que el Gobierno preocupado ante las consecuencias que sus incontrolados flujos producirían en el marco de convivencia de nuestra sociedad, haya considerado que sin políticas activas de desarrollo social y económico en sus países de origen o tránsito el fenómeno a medio y largo plazo resultaría prácticamente irresoluble. La fuerte presión en progresión geométrica que soportan las Islas Canarias desde los países africanos ribereños, es el ejemplo mas palpable y lacerante reflejando por un lado la abismal brecha entre la pobreza Sur y la riqueza del Norte, y por otro los continuados fracasos que las políticas de Ayuda al Desarrollo bilaterales,de la UE derivadas de los cuatro Lomé o de los Bancos e Instituciones Financieras Multilaterales de Desarrollo, encabezados por el Banco Mundial y sus Agencias.

Pero la realidad es que durante los últimos decenios vemos como la mayoría de los países africanos se han convertido en un saco sin fondo de la ayuda y de la financiación internacional. Así lo demuestra el hecho de que a lo largo de la última década y sólo bajo el modelo de condonación de deuda, se han infrautilizado más de 100.000 millones de euros, mientras que año tras año África incorpora más miseria, más conflictos, cada vez más sanguinarios y más hambre y pandemias. Hablamos de un continente en el que 300 millones de habitantes pertenecen a países HIPC en los que la miseria, la desesperanza del subdesarrollo o su emigración a la marginación social del sueño europeo, crece por momentos.

Cabe destacar que en este contexto, el Acuerdo de Cotonú entre la UE y los países menos desarrollados ACP (África - Caribe-Pacifico) ha supuesto una nueva esperanza y un cambio de enfoque, intentando superar el fracaso de los cuatro Lomé anteriores.

En este acuerdo basado en dos planteamientos básicos como son, el fomento de la Gobernabilidad de los estados beneficiarios y el establecimientos de Acuerdos de Asociación Económica entre los mismos y la UE, (como ya se efectuó en los Acuerdos Euromediterraneos, nacidos en la Cumbre de Barcelona), se hace hincapié en la reducción de la pobreza, mediante un desarrollo económico básico basado en un aumento de las inversiones, de la libre circulación de bienes, servicios y capitales, así como en las reformas estructurales y políticas de desarrollo social y humano basadas en la Declaración del Milenio auspiciada por la ONU, que está sirviendo de pauta en sus objetivos de desarrollo, para las definiciones políticas que al respecto diseñan la mayoría de las Instituciones Internacionales.

El acuerdo dotado con mas de 20.000 millones de euros bajo la fórmula de subvenciones, capital riesgo y préstamos e inversiones, debería ser un motor de crecimiento económico y desarrollo social para los países acogidos al mismo. En este sentido, la última reunión de los responsables de gobiernos de la UE y fundamentalmente a petición española, ha reflexionado sobre la urgente necesidad de acelerar la puesta en marcha de los mecanismos previstos en el Acuerdo de Cotonú como instrumento y medio más adecuado para limitar en origen la presión inmigratoria.

> La mayoría de países africanos son un saco sin fondo de la financiación internacional

Si bien en general la bilateralidad de las relaciones de España con los países de origen y tránsito de la inmigración sobre Canarias, son escasamente relevantes, en el caso de la internacionalización de la economía española, lo son aún menos, ya que con unas exportaciones que no alcanzan el 0,3%, unas importaciones menos del 0,7% y unas inversiones, verdadero reflejo del desarrollo, por debajo del 0,03% del total de la IDE española en el exterior, no son mercados atractivos per se para nuestros sectores empresariales como las cifras indican. Aun así debemos hacer un esfuerzo, para hacer crecer dichos mercados y aumentar por activa y pasiva nuestra presencia económica en los mismos por motivos de solidaridad mayormente y de geoestrategia en menor medida, en consonancia con el resto de los esfuerzos que en el ámbito de una cooperación más amplia tendente a dotar los citados países de modernas administraciones, mejores condiciones sanitarias, educativas y sociales, de la provisión a los ciudadanos de unos mínimos servicios básicos e infraestructuras de transporte, agua y electricidad, entre otros.

TAIM-TFG apuesta por Irán

La firma zaragozana, fabricante de equipos maquinaria de manutención y elevación industrial es el mayor exportador español al mercado iraní.

Texto: **Esmeralda Gayán**

Si hay una característica que define la cultura empresarial de TAIM-TFG es su clara vocación internacional. Esta compañía de capital 100% español destaca por su orientación al exterior, algo que se refleja tanto en la multinacionalidad de sus directivos, como en la forma de abordar los mercados exteriores. Una prueba del alto grado de internacionalización de TAIM-TFG es su presencia en Irán, país donde la firma se ha convertido en líder exportador español, a través del desarrollo simultáneo de cuatro proyectos en 2005, cuyo importe total de venta sobrepasa los 60 millones de euros.

Sus socios en el desarrollo de estos proyectos tienen diferentes nacionalidades: japonesa, finlandesa, austriaca y suiza. Uno de estos proyectos se desarrolla en la ciudad de Ardakan, para la compañía nacional iraní del acero, (National Iranian Steel Company [NISCO]). Al igual que para el desarrollo de los otros proyectos, se constituyó para su ejecución un Consorcio, en este caso integrado por TAIM- TFG, KOBE Steel Ltd.(Japón) y por ABB Industrie AG (Suiza). La planta objeto del proyecto tiene una producción anual de 3,4 millones de toneladas de pellets de hierro destinadas a la fabricación de acero. Dentro del Consorcio, TAIM-TFG S.A. suministra las instalaciones de transporte continuo del mineral de hierro, suponiendo aproximadamente 2.000 toneladas en equipos

Precisamente una de las claves del éxito de esta compañía es la forma en que desarrolla su actividad, formalizando acuerdos de cooperación sinérgicos con empresas extranjeras para la instalación de un proyecto en un tercer país. De esta forma, a lo largo de 2005, la firma española ha desarrollado siete proyectos en los que ha formalizado acuerdos con al menos un socio extranjero.

El proceso de desarrollo de nuevos mercados fue especialmente fructífero durante el año pasado, en el que se abrieron cinco nuevos mercados y se crearon tres nuevas filiales en México, Brasil y Polonia.

En México, TAIM-TFG participa en una sociedad para la promoción de par-

ques eólicos, Desarrollos Eólicos Mexicanos (DEMEX), en la cual cuenta con el 60% del capital. Actualmente DEMEX está ubicada en México DF y cuenta con oficinas en Juchitan, en el Estado de Oaxaca y próximamente en el Estado de Tijuana.
En Polonia, el porcentaje en manos de la firma española es superior (95%), si bien el objetivo - la promoción de proyectos de energía eólica- es similar, en este caso de la mano con una empresa local de ingeniería con amplia experiencia en el sector de las energías renovables.
En el mercado brasileño, TAIM-TFG y su socio brasileño -Cade Do Brasil LTDA, han constituido igualmente una sociedad conjunta, con un doble carácter de fabricante industrial y de actividad comercial. En tan sólo un año, la nueva compañía ha efectuado y presentado ofertas que en conjunto suman un importe global superior a los 75 millones de euros.

Nueva filial alemana

El Consejo de Administración de la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI) adjudicaba a finales de mayo la empresa Weser Engineering, filial alemana de Izar, a la compañía aragonesa por un precio de 250.100 euros, según confirmaron fuentes del grupo público.
Los trámites para la venta de Weser empezaron el pasado octubre y la operación se enmarca en el proceso de liquidación ordenada de Izar. El proceso de privatización de Weser ha contado con el asesoramiento de la sociedad Gestlink. Weser es una empresa de ingeniería registrada en Alemania, filial al cien por cien de Izar desde 2001, que opera en los sectores minero, siderúrgico, cementero, medioambiental y de transporte.
Cuenta con una plantilla de 39 personas, la mitad ingenieros, y en los últimos años ha alcanzado un beneficio medio de 200.000 euros y una facturación anual de 10 millones de euros.
TAIM-TFG es el resultado de la fusión en 1973 de Talleres Florencio Gómez (TFG) y Talleres Auxiliares de la Industria Minera (Taim), está presidida por Manuel Teruel Izquierdo y sus principales accionistas son Aragonesa de Handling (54,6%), Minera Catalano Aragonesa (37,7%) y el consejero de la compañía Angel Luengo (7,6%).

Presente en 35 países

TAIM-TFG está presente en 35 países repartidos en los cinco continentes. Desde sus instalaciones en Zaragoza se exportan productos en la modalidad de proyectos "llave en mano" a cualquier país, desde mercados de primer nivel como Japón o Inglaterra, a países en desarrollo como Senegal o Benin. Mención especial merece el mercado iraní, donde TAIM-TFG ha consolidado su posición como líder español exportador a aquel país, a través del desarrollo simultáneo de cuatro proyectos a lo largo de 2005.
En su planta zaragozana, la firma integra los procesos de ingeniería, fabricación, control de calidad, montaje y puesta en servicio de los equipos e instalaciones que suministra. Cuenta con delegaciones en Madrid, Cuba, Irán y Marruecos. Además, su red comercial mantiene representaciones en 22 países, desde Senegal, Siria o Túnez, hasta Argentina, Brasil, EE UU, Vietnam, Taiwan o Malasia.

En 2005, la empresa desarrolló siete proyectos con socios extranjeros

Los últimos datos públicos de la compañía, correspondientes al ejercicio de 2004, elevan su cifra de negocio hasta 38,8 millones de euros, con un beneficio neto de 1,4 millones euros. A los resultados de negocio hay que añadir su aportación al mercado laboral, dado que actualmente emplea a 230 trabajadores.
La compañía cuenta con cuatro divisiones, dedicadas al mantenimiento de instalaciones industriales (minería, instalaciones portuarias, cargadores de barcos, papeleras y cementeras, por ejemplo), a grúas (en centrales nucleares, eléctrica o siderúrgicas, entre otras) y al área de medio ambiente (eólica, residuos sólidos urbanos y biomasa).
Durante 2005, la firma ha conseguido consolidarse como empresa exportadora, con un porcentaje de las ventas al exterior del 70% sobre las ventas totales de la compañía. Todo ello le hizo acreedora del Premio IMEX-FORTIS 2006 a la Empresa Revelación en el Marco Internacional, que otorga la revista Moneda Única y la entidad financiera Fortis Bank.

Más información:
www.taim-tfg.com

Empresas en el exterior, pocas y volcadas a la UE

Apenas el 3% de las empresas españolas exporta habitualmente y sólo un tercio tiene implantación exterior.

Texto: **Eva Chaparro**

Los príncipes de Asturias inauguraron Exporta 2006.

Sólo el 3% de las empresas españolas, unas 30.000 de las cerca de un millón censadas con entidad jurídica y más de un trabajador, exportan regularmente parte de su producción. Un tercio de ellas están, además, implantadas en el mercado exteriorcon fórmulas que van más allá de la exportación, según se desprende de los resultados del "Informe sobre Empresa Española Internacionalizada: Otras formas de internacionalización más allá de la exportación", presentado en Exporta 2006.

Según este estudio, el número de empresas internacionalizadas en España oscila entre las 8.771 y las 10.749 empresas, lo que supone una tasa de internacionalización general, estimada en una magnitud entre un 0,96% y 1,17% del total de empresas españolas.

El informe revela que, de momento, el 47% de las empresas que optan por implantarse en el exterior lo hace sólo mediante filiales comerciales y oficinas de representación para prolongar así la actividad exportadora que, en un principio, se realizaba exclusivamente desde España. Pero ya hay un 10,4% que opta directamente por "implantaciones productivas", es decir inversión directa en centros de producción, más otro 24,8% que utilizan fórmulas mixtas.

Aproximadamente, el 50% de las implantaciones en el exterior son en Europa y un 23% en Latinoamérica. La presencia en Asia (8,1%) y Norteamérica (5%) es menor, aunque en esta última destaca una mayor presencia de grandes empresas.

Estas empresas buscan, sobre todo, una estrategia potente de crecimiento de sus negocios a medio plazo además de diversificar riesgos, más allá de la mera reducción de costes, según el citado informe.

El 26,5% de las empresas afirma haberse apoyado en otras empresas españolas presentes en el país para su implantación en el mismo.

El 50% de todas las implantaciones en el exterior son en países europeos

La fuente de financiación más utilizada para esas implantaciones es la banca privada (56%) pero es también frecuente el uso de instituciones públicas (ICO o Cofides) para recabar mayor apoyo financiero.

Aunque la presencia exterior está muy escorada hacia Europa, está creciendo el interés por nuevos mercados. Entre ellos, figura China, México, y Brasil. Las diferencias culturales se siguen percibiendo como una gran dificultad para implantarse fuera del país, sobre todo en regiones muy alejadas como China.

Exporta 2006, una apuesta por la marca

La imagen y la marca de los productos españoles en el exterior centraron las actividades de la séptima edición del Congreso para la Internacionalización Empresarial, Exporta 2006, organizado por el Instituto de Comercio Exterior (ICEX), que se celebró el 20 y 21 de junio en Madrid. El objetivo de este evento es aumentar el número de empresas españolas internacionalizadas, y conseguir que la imagen de los productos españoles en el exterior se corresponda con la realidad económica del país. Exporta 2006 fue inaugurado por los Príncipes de Asturias, acompañados por el secretario de Estado de Turismo y Comercio, Pedro Mejía, el vicepresidente Ejecutivo del ICEX, Angel Martín Acebes, y presidente de Banco Sabadell, Josep Oliu i Creus. Durante el acto inaugural, el Príncipe Felipe instó a las empresas españolas a buscar nuevos mercados para sus exportaciones con el fin de aprovechar las oportunidades que brindan los países emergentes o de mayor crecimiento económico.

50.000 millones por la Copa del Mundo

Doce expertos europeos concluyen que el éxito deportivo en la Copa Mundial FIFA reporta al país ganador beneficios por valor de 50.000 millones de euros.

España celebra uno de sus goles ante Ucrania.

Texto: **Sonsoles Martín**

La pasión por el fútbol mueve corazones y muchos millones. Esta es la principal conclusión del estudio que ha realizado MasterCard a través de KRC Research en el que doce expertos europeos en materia de deporte, economía y sociología valoran las repercusiones económicas de organizar y ganar grandes eventos deportivos. Coinciden las opiniones de alemanes y españoles: los beneficios pueden alcanzar los 50.000 millones de euros.

¿Cómo se valora en términos económicos la última victoria de Brasil en la Copa Mundial FIFA de fútbol? Una federación autofinanciada y con giras millonarias por todo el mundo; un baile de patrocinadores y marcas comerciales, una red de clubes brasileños con altas perspectivas de prosperar gracias a fichajes en Europa y, como nota principal, los beneficios sociales de un país que hace piña para animar a la selección. Por ejemplo, cuando Francia ganó su Copa Mundial de 1998, el clima social se tradujo en un aumento de la confianza de los consumidores, un aumento de la productividad y un crecimiento del PIB en los años siguientes del 3'6%, 3'2% y 4'1%, más de un entero por encima de la economía alemana.

En el estudio los expertos detallan las distintas facetas en las que puede influir una victoria en 90 minutos: por una parte, los sectores e industria directamente relacionados con la selección nacional (caso de indumentarias, patrocinadores, federación, clubes) verán sus esfuerzos ampliamente recompensados. En segundo lugar, las industrias relacionadas con el ocio como son comercios, bares, restaurantes o medios de comunicación vivirán un espectacular crecimiento. En tercer lugar, y valorado como el más importante, el clima social en el país ganador podrá influir no sólo en un aumento del consumo general del país, sino también de la productividad de sus trabajadores.

Torres y Villa durante el partido entre España y Ucrania.

Proyección internacional

Además, los Mundiales generan una imagen del país organizador que da la vuelta al mundo entero y es esa imagen externa, según los expertos, la razón principal para que distintos países asuman año tras año las inversiones, esfuerzos y riesgos inherentes a la organización de estos eventos. En este sentido, Barcelona 92 y la Copa Mundial de Francia 98 son elegidos como los mayores éxitos en la historia de la organización de grandes eventos deportivos. La planificación urbanística y de infraestructuras de Barcelona y su proyección internacional, o la imagen de Francia proyectada en todo el mundo son dos ejemplos que se tradujeron en un aumento de inversiones extranjeras y de turistas, alimentando un nuevo enfoque en la promoción de Alemania: "el énfasis no se pone en el turismo sino en posicionar el país como el mejor lugar donde hacer negocios".

Acciona ejecutará las obras del metro de Varsovia

Acciona Infraestructuras, división especializada en el desarrollo y gestión de infraestructuras, en consorcio con su participada Mostostal Warszawa, firmó un acuerdo con el Metro de Varsovia para la construcción de dos nuevas estaciones de metro, Stare Bielany y Wawrzyszew, y dos vías de tren contiguas, B21 y B22. El valor de adjudicación del proyecto asciende a un total de 217,7 millones de eslotis, es decir, 55 millones de euros. El proyecto se ejecutará en el tiempo récord de un año y tres meses, con fecha de finalización prevista para el octubre de 2007, según informó la compañía en un comunicado. Acciona Infraestructuras apuesta así por el mercado polaco y desarrolla uno de los proyectos urbanísticos clave para la gestión de la capital, como es la construcción de la sección norte de la línea de metro.

Una de las estaciones de la red de metro de la capital polaca.

Bodegas Gil Luque obtiene la distinción del mercado francés

En el Challenge International du Vin, el concurso más grande que se celebra en Francia y el primero que se organizó en este país, el Leyenda Oro Pedro Ximénez de Bodegas Gil Luque obtuvo la Medalla de Oro. En esta edición, participaron 5.072 vinos de 36 países, de los cuales solamente 250 obtuvieron esta distinción. Participaron 844 catadores de reconocimiento internacional. El Leyenda Oro Pedro Ximénez ha sido envejecido durante largos años en botas que anteriormente envejecieron Oloroso, lo cual le confiere unos matices muy especiales.

A este galardón hay que sumar la Medalla de Plata obtenida en el Concurso Mundial de Bruselas, por el Leyenda Cream. En este caso se presentaron a concurso 5.447 vinos. Se trata de un concurso patrocinado por los más prestigiosos organismos internacionales, sus galardones constituyen una garantía de calidad muy apreciada por compradores y consumidores.

Gamesa invierte 40 millones en una fábrica de aerogeneradores en Pensylvania

Gamesa inauguró en Pensylvania (EE.UU.) un centro productivo de alta tecnología que fabricará palas para aerogeneradores que le ha supuesto una inversión de 50 millones de dólares (39,7 millones de euros) y que contará con 205 empleados.

Al acto de inauguración asistió el presidente de la empresa, Alfonso Basagoiti, acompañado por el gobernador del Estado de Pennsylvania, Edward G. Rendell, el subsecretario de Protección Medioambiental del estado de Pennsylvania, Eugene Depasquale, el congresista John Murtha, y el senador del Estado de Pennsylvania John Wozniak. La apertura de esta nueva fábrica forma parte de la decidida apuesta industrial de Gamesa en el país norteamericano donde a lo largo del segundo semestre del 2006 pondrá en marcha otros tres centros productivos más en la localidad de Fairless Hills, ubicada también en el estado de Pennsylvania, para la producción de palas, torres y ensamblaje de nacelles, respectivamente.

PROMOMADRID
Desarrollo Internacional de Madrid S.A.

PromoMadrid, la agencia para la internacionalización de la economía madrileña, te puede ayudar a vender en otros países.

infórmate en el 901 022 901

Comunidad de Madrid

La especulación, el gran freno al desarrollo industrial español

La escasa oferta de suelo, derivada del modelo urbanístico español, y la pretensión de los propietarios de lograr plusvalías desorbitadas provocan un encarecimiento que resta competividad a la industria

Texto: **Sonsoles Martín**

Echando un vistazo a las principales variables del sector no se percibe una desaceleración de la economía industrial. Según datos del Instituto Nacional de Estadística, la tasa media del índice de producción industrial se sitúa en un 2,2% en lo que llevamos de 2006, respecto al año anterior. Esta cifra describe una actuación de una industria en buen estado, mostrando una tendencia positiva y fortaleciendo su solidez respecto el año anterior. Una tendencia acorde con el aumento general de las peticiones inmobiliarias industriales.

No obstante, esta misma tendencia no tiene su reflejo en la contratación de suelo o naves industriales, según la consultora inmobiliaria Atisreal. Esto se debe a la coyuntura de los mercados nacionales, que sufren un desequilibrio entre las intenciones de los industriales y la oferta existente. La demanda está totalmente inclinada hacia la compra, produciendo, como principal consecuencia, un encarecimiento de los precios de venta, un fenómeno que puede acarrear graves consecuencias no de inmediato, pero sí a largo plazo.

Si a ello le unimos la cada vez más importante destrucción de instalaciones industriales en zonas urbanas a favor del residencial, nos da como resultado la escasez de suelo dedicado al sector secundario y, en consecuencia, un aumento de los precios, que ya no sólo afecta a las grandes ciudades, sino incluso a las provincias y zonas rurales, cuyo futuro más próximo pasa por la industrialización de sus economías.

En palabras del presidente de la Confederación Empresarial Valenciana, José

Vicente González, “la pujanza de la construcción se está traduciendo en incrementos del precio del suelo industrial a un nivel disparatado, hasta el punto de figurar como la mayor inversión que afrontan las empresas cuando se trata de emprender el negocio”.

Pero ¿dónde surge el problema? Principalmente en dos ámbitos: el modelo urbanístico español y la pretensión de los propietarios de lograr plusvalías, que en la mayoría de los casos resultan desorbitadas, multiplicando el precio no por dos ni por tres veces su tasa inicial, sino en algunos casos por cien. El primero de estos dos factores tiene que ver con el propio modelo de desarrollo urbanístico español. En contra del modelo europeo de calificación estatal, en España el precio del suelo lo estipulan los Ayuntamientos, los cuales, a través de los Planes de Ordenación Urbana, controlan su oferta y en consecuencia, fomentan la especulación del capital privado.

Pero no toda la culpa es de la Administración. La cultura del ladrillo es otra de las barreras al crecimiento industrial español. En nuestro país, el ciudadano medio prefiere invertir en un apartamento en la playa que en crear su propia empresa.

Al beneficio individual se suma luego el empresarial. También las compañías - y no sólo las españolas- buscan el beneficio rápido a muy bajo coste. Según Atisreal, los precios de referencia en los solares de determinadas zonas pueden parecer sorprendentes, debido fundamentalmente al cambio de uso que ciertos promotores pretenden. Se pueden dar actividades de residencial, *loft* o apartamentos turísticos. Este hecho ha producido, en los últimos meses, un considerable encarecimiento con enormes variaciones porcentuales.

Ante este panorama, están surgiendo las compañías inmobiliarias que realizan los denominados “proyectos llave en mano”, que ofrecen no ya suelo industrial como tal, sino una nave con todas las comodidades. Tradicionalmente, cuando una persona va a un empresa con la idea de conseguir una nave industrial para poner en marcha o trasladar un negocio, lo primero que hace es contratar una ingeniería que desarrolle el proyecto. Posteriormente, y una vez realizado el proyecto con su memoria, planos y mediciones, se pasa a la fase de solicitar las ofertas para la ejecución de la obra.

Sin embargo, las compañías que ofrecen proyectos “llave en mano” son normalmente constructoras que realizan el proyecto, ejecutan la obra y la certifican. De esta forma, ajustan las características del proyecto a las necesidades de la empresa compradora, al tiempo que extraen un mayor beneficio de la operación.

El metro cuadrado en España

	Urbana	10-15km.	% sobre urbano	20-30km.	% sobre urbano	40-60km.	% sobre urbano
MADRID	1.350,00	700,00	-48,15	390,00	-71,11	150,00	-88,89
BARCELONA	1.350,00	600,00	-55,56	390,00	-71,11	240,00	-82,22
VALENCIA	901,50	631,00	-30,01	270,00	-70,05	150,00	-83,36
SEVILLA	600,00	300,00	-50,00	180,00	-70,00	n.d.	n.d.
ZARAGOZA	661,00	301,00	-54,46	100,00	-84,87	65,00	-90,17
BILBAO	481	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.

***Fuente: Atis Real**

Andrés Nistal, director de Eurinpro España

“El precio del suelo logístico en Málaga es superior al de algunas zonas de París”

Las crecientes exigencias del mercado han provocado en el sector logístico una necesidad cada vez mayor de ampliar y optimizar los espacios dedicados a la distribución, almacenaje y todas las actividades implicadas en la gestión de la cadena de suministro. Esta apuesta por la mejora y ampliación de infraestructuras se traduce en un aumento de la demanda de suelo logístico que, sin embargo, no está encontrando una respuesta acorde en la oferta.

El motivo de esta carestía lo encontramos en el propio modelo de desarrollo urbanístico, en el que, frente al modelo europeo de calificación estatal, la función de calificación de los terrenos recae en los ayuntamientos, quienes suelen sentirse más atraídos por los suelos con usos residenciales, terciarios, comerciales o industriales no logísticos por sus beneficios directos en la zona. A esta tendencia hay que sumar la calificación concéntrica al centro urbano, el alargamiento de los plazos administrativos y la cesión de zonas verdes, equipamientos y viales, que derivan en la reducción de la disponibilidad de suelo. Esta escasa oferta y la pretensión de los propietarios de lograr grandísimas plusvalías son las causas principales de la especulación, del encarecimiento del precio del metro cuadrado y de situaciones tan inusitadas como que el precio del suelo logístico en Málaga sea actualmente superior al de algunas grandes capitales europeas como París.

Golf a la carta, el juego es negocio

Jóvenes empresarios apuestan por el golf. Esta nueva actividad empresarial mueve en España más de 2.300 millones de euros anuales y una empresa española, Clgolf, lleva la organización de torneos a Portugal y EE UU.

Imagen de la última edición del Tenerife Ladies Open, organizado por Clgolf.

Texto: **Lope Santamaría**

El golf ha dejado de ser un deporte de élite y minoritario en España. Cada vez son más las personas que lo practican y también son cada vez más las empresas que lo utilizan como medio de promoción de sus actividades. Como señala Efrén García-Estrada, director de Clgolf -la empresa pionera en España del golf a la carta para empresas- "un torneo de golf es hoy un excelente medio de comunicación para potenciar la imagen de la empresa y posicionamiento de sus productos ante un segmento de mercado con alto poder adquisitivo".

Creada en 2001, el equipo de jóvnes profesionales que integran Clgolf han llevado a la compañía a organizar eventos de golf de gran prestigio. "Ahora -asegura Efrén García-Estrada- ha llegado el momento de de traspasar fronteras" y Estados Unidos y la República Dominicana son algunos de los países donde estos promotores de golf piensan desembarcar en los próximos meses.

Durante sus más de cinco años de actividad, Clgolf ha organizado torneos para instituciones como Turismo de Tenerife, empresas como SAAB, hoteles como ABAMA y Gran Tancade y, además, desarrolla una importante actividad con fundaciones de sanidad como la Fundación María García-Estrada, APANATE y AFES.

Entre los torneos que organiza Clgolf destaca el Estoril Ladies Open de Portugal, celebrado el pasado mes de junio, y desde el año 2003 el Tenerife Ladies Open, torneo integrado -como el de Portugal- en el circuito europeo femenino, de la mano de Turismo de Tenerife, Canarias y Turespaña, principalmente.

La empresa ofrece un servicio integral que permite organizar todo tipo de eventos de golf, incluidos los denominados *clinics*, cursos de iniciación para particulares y empresas y torneos amateurs corporativos.

Torneos de todo tipo que, en palabras del director de Clgolf "son una ocasión para las relaciones públicas, la fidelización de clientes y la generación de contactos, además de constituir una herramienta de publicidad no convencional con una interesante relación de coste/efectividad".

MadridGOLF, nueva feria internacional

MadridGOLF, la feria internacional del golf, es una nueva iniciativa que se dispone a reunir a todos los protagonistas de este apasionante mundo y convertirse en la referencia de este tipo de encuentros en nuestro país. El certamen, que se celebrará en Ifema-Feria de Madrid, del 27 al 29 de octubre próximo está organizado por un equipo de empresarios, y a la vez golfistas, con una gran experiencia en el desarrollo de encuentros de este tipo y un amplio conocimiento en la gestión empresarial. La Feria, que ya tiene garantizada su celebración para los próximos tres años, cuenta con una superficie de 6.000 metros cuadrados y tendrá 100 expositores y 150 marcas ente las que están están confirmadas numerosas firmas extranjeras.

MUTUA MADRILEÑA *Patrocinador* **RENAULT** F1 Team

Tú eres la Mutua.
Tú eres el Nº1

En Mutua Madrileña, todos somos el Nº1.
Esa es la diferencia entre ser MUTUALISTA o ser asegurado. La diferencia que nos motiva a seguir superándonos para ofrecer a nuestros mutualistas la más amplia gama de productos y toda la experiencia de la aseguradora más sólida y rentable. Si puedes elegir, elige la Mutua. Elige ser el Nº1

"MUTUAMADRILEÑA"

902 555 555

www.mutua-mad.es

Seguros de Automóvil • Moto • Vida • Salud • Decesos • Accidente • Fondos de Inversión • Planes de Pensiones

La alternativa limpia del petróleo

Los combustibles alternativos se perfilan como una realidad frente a las emisiones contaminantes y la futura desaparición del petróleo. Empresas y países comienzan a apostar por los biocombustibles.

Texto: **Diego Alfonsín**

Los biocombustibles, biodiésel y bioetanol principalmente, constituyen el futuro más inmediato de los carburantes actuales. Para el año 2020, la UE quiere que el 23% de los combustibles para transporte por carretera sean alternativos, porcentaje que en el 2005 es del 2%. Aunque "el objetivo de la UE será difícil si la normativa no es más exigente", sostiene Pedro Carrillo, directivo de Abengoa. Los biocarburantes son una alternativa a corto plazo para garantizar el aseguramiento de la energía, ya que las previsiones aventuran petróleo para 40 años aproximadamente, a lo que se suma el calentamiento global del planeta debido a las emisiones excesivas de CO2. Los biocombustibles hacen que el CO2 se neutralice en gran medida, aunque no al 100%.

El objetivo principal es reducir emisiones en el tráfico rodado. Se espera que para el año 2030 el 23% de los combustibles lo formen los biocarburantes, el gas natural y el hidrógeno. Mientras tanto, los vehículos flexibles (que ya podemos adquirir en el mercado), preparados para el uso de carburantes convencionales y de híbridos indistintamente son la alternativa más inmediata. El poder calorífico de los biocombustibles es menor que el del gasóleo, son biodegradables y no contienen azufre, ya que sus materias primas son aceites vegetales, grasas animales, algas, azúcares de diferentes orígenes y alcohol, entre otros. Como apunta Manuel Luna, miembro de la Asociación Española de Profesionales de la Automoción (ASEPA), "el bioetanol es más eficaz energéticamente porque usa el sol y es mejor en cuanto a emisiones de CO2".

Brasil y Suecia son dos de los países donde el uso de biocombustibles ha experimentado un mayor crecimiento en los últimos años. Ángel Sánchez, director de sostenibilidad del Ayuntamiento de Madrid, hace hincapié en ciudades como São Paulo, donde el uso de combustibles híbridos está por delante de Europa y ya están preparando el del E85 (85% de etanol + 15% de gasolina). A la cabeza de gasolineras con combustible de bioetanol se encuentran São Paulo, Estocolmo y Nanyang. España cuenta con un único surtidor. Otra alternativa es el Bio Gas Natural, un elemento con todas las características del gas natural pero con la ventaje de ser una fuente de energía renovable.

En este aspecto, Madrid es la única ciudad del mundo con una flota de camiones (FCC) de recogida de basuras funcionando con Gas Natural, lo que constituye una reducción importante de emisiones. Entre otras medidas, destaca la adhesión de la capital al programa BEST (siglas en inglés de BioEtanol para un Transporte Sostenible).

La UE quiere que en el año 2020 el 23% de los combustibles sean alternativos.

El pasado 6 de Junio, Francia ha dado un importante impulso a la generalización del uso de los biocombustibles en la UE al aprobar el uso del denominado E85 en algunas zonas del país. Dentro de la UE, Alemania es el país líder en la producción de biodiesel con 715.000 toneladas (crecimiento de más del 58 % respecto a 2002). El rápido desarrollo del biodiesel en este país puede explicarse por una legislación favorable, la ausencia de cuotas y un bajo precio de los aceites vegetales.

Adolfo jiménez Reguillo
Socio Director de Ideaentidad Comunicación

Kioto 2008-2012

Ya han comenzado los trabajos para la elaboración de los segundos períodos de los Planes de Asignaciones de derechos de emisión CO2. En números anteriores de Moneda Única hemos puesto el acento en las disfunciones que este mecanismo ha sufrido en su aplicación en nuestro entorno, derivadas de un reparto de derechos que incorporaba una posición de partida asimétrica para la economía española, con respecto del resto de economías europeas. Esta cuestión tiene que ver con el reparto acordado inicialmente, que incorpora unas diferencias sustanciales en términos unitarios con la del resto de países industrializados.Quiere decirse que, en este período, las empresas incluidas en el ámbito de aplicación de la Directiva 2003/87, en su transposición a nuestro ordenamiento en la ley 1/2005, más de 1000 de sectores industriales básicos, han de recibir una asignación de derechos de emisión para los cinco años comprendidos entre 2008 y 2012, lo cuál va a ser determinante en términos de competitividad para nuestras empresas y va a intensificar el esfuerzo de nuestro sistema productivo en este ámbito.

Así, el comercio de derechos de emisión de CO2 se ha configurado en el marco legislativo actual como un área adicional de gestión en las empresas, y por ello, un elemento decisivo de los costes empresariales. Por otra parte, el escenario energético internacional caracterizado por la subida del precio de los combustibles en los sectores industriales está afectando también, de manera conjunta a estas actividades, cuya pertenencia a sectores intensivos en energía incluye un elemento adicional a tener en cuenta en este proceso. Se trata, por tanto, de la necesidad de garantizar la necesaria competitividad exterior de las empresas españolas de estos sectores en un incierto momento internacional.

En este contexto es en el que hay que apreciar, los recientes ejemplos en el contexto europeo de estabilidad que son flexibilizados en aras de una mayor adecuación de las políticas de los estados a la actualidad económica. En este sentido, los resultados de este año de asignación han determinado el déficit de emisiones, creciente, que apunta a que la superación de nuestros límites de asignación se excedan, según los últimos datos publicados en más del 53% con respecto a 1990. Una situación que cada vez nos lleva más lejos, con respecto al (mítico) límite del 15% sobre las emisiones de 1990 y nos eleva, consecuentemente, la factura por estas mayores emisiones.

Por su parte, el mercado europeo del CO2 ha intercambiado en un año 300 millones de de toneladas valoradas en 6.000 millones de euros, y los negocios relacionados con Kioto mueven ya varias decenas de millones de euros. Empresas de numerosos sectores han desembarcado en el último año y medio en un mercado nuevo, el de los gases contaminantes, que mueven ya un conjunto de varias decenos de miles de euros en Europa (el 7% en España) y que se calcula que en el año 2010 moverá 200.000 millones. De hecho la Bolsa española, en sus cinco meses de vida ya ha intercambiado cerca de medio millón de toneladas. Por su parte, y en relación con lo que son los mecanismos de desarrollo limpio, nuestro país contaba con 16 memorandos con 16 países de Latinoamérica y Marruecos y había tomado participaciones en varios Fondos de Carbono. En total, acuerdos de adquisición de derechos de emisión por 50 millones de toneladas, la mitad del déficit previsto en el primer Plana de Asignaciones.

> El mercado europeo de CO2 intercambió en un año 300 millones de toneladas por valor de 6.000 millones de euros

Todo ello, va a hacer que cobren cada vez mayor importancia los mecanismos de corte interno como son la innovación tecnológica para los sectores afectados, las políticas de eficiencia energética de las empresas, de forma que continuemos la línea de mejora de la intensidad energética, de forma que crezca menos la utilización de energía frente al crecimiento económico., así como el proceso de regulación de los mercados de la energía.

Chile

El nuevo Eldorado de Latinoamérica

El crecimiento que registra el mercado chileno en los últimos años y la continuidad de la política económica que anuncia el reciente Gobierno Bachelet marcan la actualidad del país y garantizan que Chile sea uno de los emplazamientos de negocios más seguros de la región.

Texto: **Carolina Iglesias**

Hoy por hoy no es aventurado asegurar que Chile es el país de América Latina que alberga un mejor clima institucional para el desarrollo de los negocios. Así lo afirman los análisis económicos de consultoras, aseguradoras de crédito y *rankings* de reconocimiento internacional.

Sus informes se basan en primer término en el crecimiento económico por encima del 6% registrado durante los dos últimos ejercicios y basado en la expansión de la inversión y el consumo interno. Como consecuencia, la inflación se mantiene en unos ratios muy bajos, entre el 2% y el 4% y el sector público se encuentra en situación de superávit.

El presente año 2006 sigue reflejando esta tónica creciente. El PIB de Chile se incrementó un 5,1% en el primer trimestre, según el reciente anuncio del Banco Central, que estima una tasa de crecimiento para el ejercicio en curso entre el 5% y el 6%.

A menudo llega a compararse la estructura del mercado chileno con las economías europeas, dado su grado de apertura y su nivel de desarrollo.

Así dos de los motores del dinamismo económico del mercado chileno son las exportaciones y la recepción de inversión extranjera. Las primeras están sometidas a la fluctuación del precio del cobre, principal partida de las ventas chilenas, que el pasado mes de junio se cotizaba a 3,12 dólares por libra en la Bolsa de Metales de Londres. Se prevé que el precio se reduzca en el transcurso de 2006 pero la demanda china y la escasa oferta internacional seguirán propiciando este comportamiento.

De los recursos minerales, hídricos, pesqueros, forestales y hortofrutícolas deriva gran parte de la partida exportadora del país. Igualmente, son fuente principal de riqueza en el mercado andino e influyen en la actividad de la industria manufacturera.

Por contra, el principal componente de las importaciones chilenas es el gas natural, procedente en un 100% de Argentina. Precisamente, uno de los principales retos de la economía chilena pasa por diversificar las fuentes de energía, dado el elevado precio del petróleo y el obligado recorte de suministro del mercado argentino.

Diversificar las fuentes y suministros de energía, la asignatura pendiente de Chile

Otro de los grandes recursos económicos del país, que ha experimentado una importante expansión en los últimos años es el turismo. Durante el año 2005, tuvo un crecimiento de

un 13,6%, generando más de 1.500 millones de dólares equivalentes al 1,33% del PIB nacional. Es reseñable la estrategia chilena para potenciar el turismo de negocios y congresos.

Como destino para las inversiones extranjeras, Chile representa actualmente la opción más segura en América Latina, con una improbabilidad de impago escasa e inferior a todos los países de la región. En 2004, el capital foráneo recibido por el país superó en un 70% al registrado en el año anterior y, aunque en 2005 disminuyó, entre enero y marzo de 2006, la inversión extranjera directa ya ha alcanzado los 630,6 millones de dólares, un 21,8% más con respecto al mismo periodo del pasado ejercicio, según estudios del Comité de Inversiones Extranjeras. Es importante destacar que aproximadamente el 60% del PIB de Chile procede de la inversión extranjera.

En millones de euros	2003	2004	2005
PIB (en euros)	73.697	95.001	115.314
Tasa de variación real del PIB (%)	3,9	6,2	6,3
Inflación (%)	1,1	2,4	3,7
Desempleo (%)	8,5	8,8	8
Exportaciones de bienes	21.664,2	32.215,2	40.573,9
Importaciones de bienes	17.979	23.019,7	30.394,2
Saldo balanza comercial	3.685,2	9.195,5	10.179,7
Inversión extranjera directa	2.464,3	7.148,1	3.750

Fuente: Oficina Económica y Comercial de España en Santiago de Chile.

Además de la estabilidad macroeconómica, cabe destacar en la configuración de un clima propicio para los negocios el apoyo que brinda el Gobierno a las empresas extranjeras, que reciben un trato equivalente a los inversores domésticos. El Estado promociona Chile como plataforma para las empresas norteamericanas y europeas, aprovechando los tratados de libre comercio contraídos con los principales bloques mundiales: Unión Europea y Estados Unidos. Sus asociaciones y acuerdos en pro del libre comercio representan el 65% de la población mundial.

La estabilidad política se confirma con la línea de continuidad que Michelle Bachelet, presidenta de Chile desde principios de año, imprime en su programa de Gobierno. Continuidad con las políticas económicas aperturistas y con el afán de integración internacional.

Más información:
www.todochileinversiones.cl
www.gobiernodechile.cl

Expansión económica y equidad social, prioridades de Bachelet

Apostar por la expansión económica sin perder de vista la equidad social es el principal reto del Gobierno de Michelle Bachelet. El carisma de un pasado revolucionario caracteriza a la primera presidenta de Chile.

Texto: **Carolina Iglesias**

El principal objetivo del programa de Gobierno de Chile es dar el salto definitivo al desarrollo, lo que implica la supresión de las desigualdades sociales y económicas y el incremento del nivel de vida de los chilenos. Así lo entiende Michelle Bachelet, primera mujer que ostenta la presidencia en el país y que subió al poder el pasado mes de enero de 2006.

Atrás quedaron la dictadura militar de Pinochet y las elevadas tasas de pobreza. Desde la década de los 90 hasta hoy, Chile ha estado dirigida por los gobiernos de la Concertación, cuyo desafío político ha sido convertir al país en una democracia consolidada, que en la actualidad se ilustra con un sostenido crecimiento económico y un mercado volcado a las leyes del libre comercio.

Bachelet se acoge a esta línea continuista, bajo las directrices específicas del Partido Socialista. De este modo, establece la prioridad de crear un marco político favorable y de apoyo a la iniciativa empresarial privada que contribuya a la expansión económica del país y genere un proceso de creación de empleo estable.

Innovación y tecnología

Las acciones del nuevo Ejecutivo chileno se dirigen especialmente a fomentar la innovación, la adopción de nuevas tecnologías, los encadenamientos productivos y la creación de polos de desarrollo exportador.

Este desarrollo, uno de los motores de la economía andina, es determinante para el fomento del empleo. A través de los Acuerdos de Complementación Económica (ACE); los Tratados de Libre Comercio (TLC); y otros convenios bilaterales, el Gobierno de Santiago de Chile pretende mejorar las condiciones de acceso a diversos mercados y la promoción y protección de las inversiones extranjeras en el país más dinámico del cono sur.

Exportación y captación de inversiones son las claves del desarrollo económico

En este sentido, el ministro de Economía, Jorge Rodríguez, señaló recientemente en unas declaraciones que el crecimiento económico de Chile y la equiparación en el trato de los inversores domésticos y extranjeros es suficiente para asegurar la continuida de los flujos de entrada de capital foráneo en el país.

En definitiva, la Administración presidida por Michelle Bachelet apuesta por el fomento de las exportaciones y la captación de inversión extranjera como principales medidas para el desarrollo y consolidación de la economía del país.

Llega la hora de las pymes

La inversión española en Chile se recupera. Tras unos años de recesión, las pymes toman el relevo de las grandes empresas en un país que tiene tratados de libre comercio con más de 50 países de todo el mundo.

Texto: C.I.

Bachelet y Zapatero en la reciente visita de la presidenta de Chile a España.

Chile ha sido y es un destino fundamental en la estrategia internacional de las empresas españolas, tal y como reflejan las estadísticas económicas de los últimos diez años.

De este periodo, cabe destacar el *boom* expansionista del año 1999, que convirtió a España en el principal inversor del mercado andino.

Durante ese año, casi el 50% de la inversión exterior de España tenía como destino Chile. Los proyectos empresariales que procedían de España en la década de los noventa estaban gestados por grandes compañías que aprovecharon los procesos de privatizaciones y las licitaciones públicas derivadas de la democratización. Bancos como BBVA y Santander y empresas como Endesa, OHL o Telefónica protagonizaron esta primera oleada de inversiones.

En los ejercicios posteriores, las cifras disminuyeron llegando a descender drásticamente en 2003, pero experimentando una considerable recuperación en 2004 y 2005. Así, el pasado año la inversión española en Chile ascendió a los 206 millones de dólares, de los cuales el 51% se dedicó a servicios financieros y el 33% al sector de electricidad, gas y agua. Se trata de la segunda oleada inversora al país, llevada a cabo en esta ocasión por las pymes.

Ambos gobiernos apuestan por intensificar las inversiones españolas en Chile. Esto se puso de manifiesto en el Plan de Asociación Estratégica que suscribieron los dos jefes de Estado en la reciente visita que realizó la nueva presidenta Bachelet a España, por el que se reforzará la cooperación empresarial. Precisamente, la presidenta chilena destacó las oportunidades que el desarrollo de las infraestructuras en su país presenta para las pymes españolas, así como todos los esfuerzos de modernización que se están llevando a cabo.

Así, el transporte, las comunicaciones, la logística y la distribución presentan un gran potencial de negocio, al igual que todas las actividades derivadas del sector servicios y de los bienes de consumo, entre otras.

Al margen de la estabilidad política y económica, uno de los grandes atractivos de Chile es su apertura comercial. Además del tratado con la UE, el país andino mantiene Tratados de Libre Comercio con más de medio centenar de países de todo el mundo que permiten acceder, desde Chile, a mercados como EE UU, Canadá, México, los países EFTA, Centroamérica y Corea. Un mercado global de mil millones de habitantes, con aranceles inexistentes o muy bajos.

Foro Hispano-Chileno en octubre

El Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) a través de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Santiago de Chile, y con la colaboración del Consejo Superior de Cámaras de Comercio de España (CSC) y la Corporación de Fomento de la Producción de Chile (CORFO) organiza los próximos 16 y 17 de octubre un Foro de Inversiones Hispano-Chileno en la capital andina. Este encuentro empresarial supone continuar con la labor iniciada con el Foro que se celebró en Santiago de Chile en 2004 y su objetivo principal es facilitar la identificación de oportunidades de inversión y cooperación empresarial y potenciales socios en Chile. En el Foro, los participantes podrán tener un contacto directo con empresarios de este país interesados en establecer alianzas estratégicas con empresas españolas.

ENTREVISTA TOMÁS PABLO ROA

“Queremos potenciar el concepto de Chile como plataforma comercial”

Tomás Pablo Roa es el delegado de la Corporación de Fomento de la Promoción (CORFO) para Europa. Un organismo gubernamental responsable del programa de captación de inversiones TodoChile.

Texto **Carolina Iglesias**

Sigue incrementando el interés de las empresas españolas en Chile o la presencia de otros mercados emergentes en Europa y Asia ha frenado esta tendencia inversora?

La presencia española en Chile se incrementa día a día. En los meses que llevamos de este primer semestre de 2006, son dieciseis las empresas española se han establecido en Chile, de las cuales quince son pymes y el montante anunciado de inversión supera los 100 millones de dólares. En 2005 la cartera cerró con algo más de 250 millones de dólares. La presencia española en Chile es de medio millar de empresas. En todas las regiones chilenas hay presencia española y todas las comunidades autónomas están presentes en el país.

Mucho se está hablando del giro a la izquierda que están tomando muchos países latinoamericanos y de la incertidumbre que esto genera en los inversores extranjeros. No es el caso de Chile, pero ¿cómo va a afectar la política de Bachelet a los negocios extranjeros?

Primero trataría de transmitir un mensaje de absoluta y total confianza en

“Quiero transmitir un mensaje de absoluta confianza en Latinoamérica”

América Latina. Estamos en presencia de democracias jóvenes que por un lado deben lidiar con la globalización y por otro con la pobreza y las desigualdades, situación que se da con absoluta transparencia. Chile seguirá con su política de inserción en los mercados internacionales, continuarán las negociaciones de nuevos Tratados de Libre Comercio (TLC) o la ampliación del alcance de los ya suscritos. Se insistirá en seguir invitando a las pequeñas y medianas emrpesas a establecerse en Chile y en acentuar el concepto de Chile como plataforma para empresas de cualquier lugar acceder a cualquier país con los que se mantengan tratados de libre comercio

¿Qué sectores de actividad económica tienen hoy un mayor potencial de negocio para las empresas españolas en Chile?

Distinguiría dos grandes áreas: en un lado pondría la infraestructura, la energía en cualquiera de sus modalidades, medio ambiente, logística, transporte, salud, educación, las telecomunicaciones. Y de otra, las tecnologías de la información, la biotecnología, la nanotecnología, la agroindustria, el sector pesquero, el forestal, la minería no metálica (mármol, granito y otras piedras ornamentales), las manufacturas con valor añadido..

¿En qué consiste el apoyo que brinda CORFO a las empresas españolas interesadas en invertir en Chile?

La labor de la Corporación de Fomento de la Producción, CORFO, consiste en facilitar que los proyectos se concreten, colaborando a que exista un entorno propicio para su materialización y prestando los servicios de apoyo requeridos. Esto abarca desde la vinculación entre potenciales socios y el acompañamiento durante el proceso de inversión incluso con incentivos que allanen la puesta en marcha, hasta el contribuir a mejorar las condiciones que determinada región o que el país brinda para que esa oportunidad de inversión sea una realidad.

¿Cuál es la vía idónea para penetrar en el país?

Hace algunos años habría recomendado de entrada la asociación con empresas locales, hoy la presencia de las empresas españolas es tan abrumadora que los inversores que llegan a Chile procedentes de España se integran fácilmente.

Olegario Llamazares García-Lomas,
director de Global Marketing Strategies - www.globalmarketing.es

Negociar en Chile

Entorno empresarial

- Chile es la economía más estable y de menor riesgo de América Latina. Su elevada tasa de apertura al exterior (cercana al 50%) muestra la competitividad de sus productos, que se distribuyen en proporciones muy similares entre Estados Unidos, UE, Asia y Mercosur.
- En su política comercial exterior ha procurado mantener su independencia con respecto a los otros países de América Latina. No se ha integrado en Mercosur -si bien, es miembro asociado-, ni en la Comunidad Andina. Su estrategia ha sido establecer relaciones privilegiadas con sus principales socios comerciales, Estados Unidos y la UE, mediante acuerdos de libre comercio.
- Es el país de América Latina con mayor influencia anglosajona a la hora de hacer negocios. Existe una fuerte presencia de multinacionales norteamericanas. También hay una colonia importante de ciudadanos de origen alemán.
- La actividad empresarial se concentra en Santiago que supone una tercera parte de la población y más de la mitad de la riqueza.
- La cultura de negocios chilena no es tan burocrática como otras de América Latina; los funcionarios y directivos de alto nivel actúan de manera rápida y eficiente.

Estrategias de negociación

- A la hora de establecer un primer contacto es aconsejable utilizar un intermediario. Los bancos, las consultoras y las asociaciones de empresarios facilitan el contacto con empresas del país.
- La capacidad para relacionarse profesionalmente es muy importante. Establecer relaciones personales que permitan iniciar negocios y resolver las dificultades que puedan surgir es clave.
- La toma de decisiones está muy jerarquizada. La primera visita debe realizarse al máximo nivel directivo, aunque las negociaciones se realicen con ejecutivos de nivel medio.
- Hay que establecer las citas con dos semanas de anticipación. Una vez en el país reconfirmar el día y la hora.
- Las secretarias juegan un papel importante a la hora de establecer citas con los directivos. Conviene mantener una actitud educada a la vez que cordial en las relaciones con ellas.
- La puntualidad es una cualidad apreciada, si bien un retraso de diez o quince minutos se considera normal.
- En la primera reunión no se suele entrar en detalles. Se trata de que las partes se conozcan y de describir la actividad de las empresas respectivas.
- En las presentaciones deben utilizarse argumentos subjetivos y mostrar entusiasmo, más que abrumar con muchos datos.
- Se aconseja hacer hincapié en la prestación de un buen servicio y el compromiso en los plazos de entrega; para ellos es importante, debido a su posición geográfica tan lejana de los principales mercados proveedores y a una orografía complicada.
- Las negociaciones se realizan a ritmo lento. Tardan en modificar su posición inicial. Conviene tener claro hasta dónde se puede llegar.
- Tienden a negociar punto por punto más que a la búsqueda de un acuerdo global que incluya todos los temas tratados.
- Debe evitarse el uso de tácticas agresivas así como presionar para obtener acuerdos. La amabilidad y el respeto por las decisiones de la otra parte son los comportamientos más valorados.

Santiago de Chile.

María del Olmo
Garrigues

Un socio clave para España

Chile se ha convertido, probablemente, en la economía más abierta de América Latina, atrayendo inversiones y facilitando los intercambios comerciales con terceros países e instituciones supranacionales. Buen ejemplo de esta actitud aperturista lo es el hecho de que sea el primer país a nivel mundial en número de acuerdos de libre comercio firmados con otros países o con bloques comerciales (entre ellos el suscrito con la Unión Europea que entró en vigor en febrero de 2003).

Por otro lado, la estabilidad política e institucional del país, su progresivo desarrollo económico (terminó el año 2005 con un crecimiento económico alrededor del 6%) la seguridad de su ordenamiento jurídico y el bajo nivel de corrupción de la Administración han constituido factores decisivos para hacer de Chile un país atractivo para las empresas, entre ellas, muy especialmente, las españolas.

De acuerdo con el Informe Económico y Comercial de Chile, elaborado por la Oficina Económica y Comercial de España en Santiago de Chile, en el periodo comprendido entre el año 1974 y el pasado mes de agosto de 2005, España ha sido el segundo país inversor tras Estados Unidos.

Alrededor de 400 empresas españolas están ya presentes en el país iberoamericano, encabezadas por las grandes corporaciones de servicios e infraestructuras como Santander, BBVA, Telefónica, Endesa, Repsol, OHL, Dragados y Agbar, entre muchas otras.

A este éxito que ha tenido la inversión extranjera en Chile también ha contribuido el desarrollo de una política fiscal favorable que se ha caracterizado, fundamentalmente, por los siguientes aspectos:

Primero, la posibilidad (hasta la repatriación efectiva de la renta) de tributar a un tipo del Impuesto a la Renta del 17%, muy inferior al tipo general del Impuesto sobre Sociedades de sus países vecinos y del español.

Los beneficios obtenidos por compañías residentes en Chile están sometidos a una imposición del 17% (Impuesto de Primera Categoría), siempre y cuando ese beneficio no sea distribuido al socio extranjero, en cuyo caso se devenga el Impuesto Adicional (35% con deducción del 17% satisfecho), resultando una imposición definitiva del 35%. Por este motivo, puede resultar fiscalmente eficiente mantener esos fondos en Chile a fin de que sean utilizados para la financiación de nuevos proyectos dentro y fuera del país.

Segundo, la red de convenios para evitar la doble imposición que Chile tiene firmados con terceros países. En concreto, están vigentes los convenios con España, Argentina, Canadá, México, Brasil, Noruega, Corea del Sur, Ecuador, Perú, Polonia, Reino Unido, Dinamarca, Croacia y Suecia.Y espera firmar en breve acuerdos similares con otros veinticinco estados, aproximadamente, entre los que destacan países como Rusia, Malasia, Francia, Nueva Zelanda, Portugal y Paraguay. Convenios ya suscritos y que están pendientes de aprobación por el Congreso.

Finalmente, la legislación chilena prevé algunos mecanismos que, si bien se introdujeron con el fin de incentivar la inversión extranjera, no han resultado exitosos y que, por este motivo, es posible que sean revisados a medio plazo.

Nos referimos, por un lado, a la Ley de Plataforma de Inversiones, que prevé la posibilidad de constituir una sociedad en Chile (conocida como "sociedad plataforma de negocios") para canalizar la inversión en terceros países sin tener que soportar en Chile imposición alguna por las rentas de fuente extranjera.

> El desarrollo de una política fiscal favorable ha sido decisivo en el éxito de las inversiones extranjeras

Dado que estas sociedades no pueden beneficiarse de los convenios para evitar la doble imposición suscritos por Chile habría que analizar caso por caso el impacto que podría tener para el inversor español.

De otro lado, nos referimos a la posibilidad que tiene el inversor extranjero de acogerse al Estatuto de Inversión Extranjera (Decreto-Ley 600) para, entre otras cosas, invocar un régimen de invariabilidad tributaria que permite congelar el tipo impositivo máximo del Impuesto a la Renta al 42% durante un periodo de diez años.

Dado que la tributación máxima que puede soportar actualmente una compañía chilena es del 35% (de acuerdo con el régimen general) muy pocas compañías se han acogido a este régimen.

En definitiva, Chile puede resultar un mercado atractivo para potenciales inversores españoles, cuyo régimen fiscal puede verse mejorado en los próximos años, y que sería recomendable seguir de cerca.

El cambio político mantiene el crecimiento sólido

EULER HERMES Crédito

Los fundamentos económicos y la estabilidad del sistema siguen siendo sólidos. Chile cuenta con una economía bien desarrollada, de ingresos medios-altos. La presidenta de la República, Michelle Bachelet, que llegó al poder en enero como candidata de la coalición de centro izquierda Concertación, puede prolongar el marco de política liberal establecido desde hace tiempo, confirmando la continuidad (la coalición ocupa el Gobierno desde 1989). La política fiscal, basada en el objetivo de alcanzar un "superávit estructural", permite lograr cierta flexibilidad, aunque al mismo tiempo mantiene la credibilidad a medio plazo.

Aunque la economía chilena es vulnerable a las oscilaciones de precios de las materias primas, el proteccionismo político y la volatilidad del crecimiento se han moderado durante la pasada década. La política monetaria conservadora se basa en un tipo de cambio flotante y en el mantenimiento de una baja inflación, a pesar de las subidas de los precios del cobre y del petróleo desde 2004. El balance externo también es sólido, particularmente por los altos precios del cobre, mineral que supone aproximadamente el 9% del PIB y un 45% de las exportaciones del país.

El tejido de las empresas es estable y ayuda al crecimiento

El tejido empresarial es estable y no debería suponer ningún impedimento para el crecimiento. No hay áreas de debilidad importantes, la economía es favorable a la empresa y se anima a la inversión extranjera. Se espera que el país experimente otro año más de crecimiento firme en 2006 y alcance un 5,8%, después del 6,3% conseguido en 2005. Chile obtiene la calificación "A" en el *ranking* de Euler Hermes, nota que se otorga a aquellos países que mantienen una situación política y económica satisfactoria y sin riesgos.

Boletín de Suscripción

Cupón de julio de 2006

suscripciones@monedaunica.net

Deseo suscribirme por un año a MONEDA ÚNICA al precio de **33** euros (precio para España)

NOMBRE DE LA EMPRESA: .....

NOMBRE Y DOS APELLIDOS: .....

CARGO: .....

DIRECCIÓN: .....

POBLACIÓN: .....

PROVINCIA: ..... C.P.: .....

E-MAIL: .....

CIF: .....

FORMA DE PAGO

Cargo en cuenta

CÁRGESE EN MI CUENTA

LA CANTIDAD DE **33** EUROS.

Firma:

Suscríbase:

- **Teléfono** **902 014 315**
- **Fax** **902 014 535**
- **Correo:** ..... **Calle Recoletos, 5, 4º Izda. 28001 MADRID.**
- **Web:** ..... **www.monedaunica.net**

ENTREVISTA GERMAN GREF

Ministro de Desarrollo Económico y Comercio de Rusia desde el año 2000, Gref es titular de una de las carteras claves de la renovada política del Gobierno de Putin.
La atracción de inversión extranjera y la diversificación económica son sus máximas prioridades en la actual legislatura.

"Hay que conservar la confianza de los inversores"

Texto: **José María Triper**

Qué mercados son de importancia primordial para Rusia y qué países representan el mayor interés por sus peculiaridades políticas y económicas?
En las relaciones internacionales y regionales que mantiene Rusia predomina la orientación europea: un 64% del intercambio comercial en 2005 había correspondido a los países de la UE. Rusia tiene los recursos energéticos que necesita Europa, y Europa posee las tecnologías de punta que necesita Rusia. Sin embargo, es una colaboración bastante vulnerable para Rusia porque en sus exportaciones predominan los recursos energéticos que no son infinitos.
La principal tarea estratégica -diversificar la economía y las exportaciones- resultaría más fácil de cumplir si se hace hincapié en la vertiente asiática de la cooperación, sobre todo con los países del espacio postsoviético y China. En esta vertiente ya no prevalecen las exportaciones de materia prima porque es más demandada la producción de la industria transformadora. También importa que en las relaciones económico-comerciales establecidas en el derrotero asiático -a diferencia del europeo- hayan surgido elementos para una cooperación industrial.
¿En qué se basan las transformaciones económicas positivas efectuadas los últimos años en Rusia? ¿En qué medida contribuyen a ese proceso la extracción y la venta de materia prima, particularmente los recursos energéticos?
El favorable dinamismo de los principales indicadores macroeconómicos registrado en los últimos años es resultado de la conjugación de varios factores. El crecimiento económico de Rusia se debe en gran medida a la coyuntura del comercio exterior. Pero no es el único factor. Actualmente surten efecto las reformas económicas implantadas en los años anteriores, el desarrollo de los institutos de mercado y el incremento de las inversiones captadas, tanto de las directas como de las de cartera.

Con todo, no se puede negar la fuerte influencia del factor 'materia prima'. Gracias a las superganancias del presupuesto condicionadas por la favorable coyuntura de exportaciones en el mercado de recursos energéticos, el Gobierno ha conseguido formar el Fondo de Estabilización y acumular una considerable reserva en oro y divisas. Por una parte, es un factor estabilizador por si caen bruscamente los precios del petróleo; y por otra parte, es una fuente para crear nuevos institutos de asociación estatal-privada, tales como el Fondo de Inversiones.

En los informes que publican las agencias de noticias se habla de la estabilidad macroeconómica en Rusia y de la exitosa transición hacia la economía de mercado. ¿En qué dirección se desarrolla el proceso de reformas económicas?

Efectivamente, en Rusia continúa el crecimiento económico desde hace más de siete años. Entre 1999 y 2005, el PIB había crecido un 50% y, además, la tasa de crecimiento industrial en Rusia es mucho mayor que la de los países más industrializados del mundo y de la economía mundial en su conjunto.

La demanda de consumo sigue creciendo y la mantiene el crecimiento de los ingresos reales de la población. Es favorable el dinamismo que muestran las inversiones extranjeras directas, aunque todavía son pequeñas en comparación con la escala de la economía nacional. No obstante, las inversiones en el primer trimestre de 2006 habían superado el doble las registradas durante todo el año 2005. A diferencia de los años anteriores, hoy día las exportaciones dejan de ser el factor que determina el crecimiento económico. Ya en 2005 se habían desacelerado las tasas de crecimiento de las exportaciones, en primer término las del petróleo.

La estable situación económica también se debe al robustecimiento de la situación financiera en el país: los ingresos en el arca pública en 2005 habían constituido el 23,6% del PIB, y el superávit, el 7,5% del PIB.

En cuanto a la inflación, quedan problemas. Seguimos la dinámica de los precios y podemos afirmar que es del todo posible reducir la tasa de inflación en 2006 hasta un 8 ó 9%, y hacia 2009, hasta un 4 ó 5%.

Para mantener e impulsar el crecimiento económico se procederá a realizar una nueva estrategia de innovaciones e inversiones del desarrollo económico-social orientada a superar la dependencia de la economía rusa de la coyuntura de comercio exterior.

La nueva estrategia permitirá aprovechar las ventajas y recursos globales de

“En Rusia el motor del desarrollo económico son las inversiones”

desarrollo con que cuenta el país, tales como el potencial científico-técnico, el humano y el de los recursos naturales -particularmente las ventajas geoeconómicas-, así como el potencial inversionista. También importa el marco jurídico de la economía que facilita captar inversiones y fomentar la libre empresa.

Con todo, la principal fuerza motriz del desarrollo económico de Rusia -tanto en la perspectiva de mediano plazo como en la de largo plazo- es el crecimiento de las inversiones. Gracias al efecto multiplicador que se producirá como resultado de las inversiones estatales y del mejoramiento del clima inversionista en el período de hasta 2009, el aflujo de las inversiones extranjeras directas alcanzará unos $37 millones anuales. Coadyuvarán a ello el otorgamiento a Rusia de un *rating* crediticio más alto a nivel internacional y su ingreso en la Organización Mundial del Comercio (OMC).

¿Qué nuevas medidas aplica el Gobierno ruso para captar inversiones?

La legislación rusa ofrece a los inversores extranjeros el régimen nacional de inversiones, aunque con algunas excepciones condicionadas a aspectos de seguridad nacional. En general, se intentan crear las condiciones más favorables.

El año pasado habían entrado a funcionar tres mecanismos de inversiones totalmente nuevos para Rusia pero muy difundidos en la práctica mundial. Se trata de concesiones, de Zonas Económicas Especiales y del Fondo de Inversiones.

¿Qué debe hacer Rusia para ingresar en la OMC y qué aportaría ese ingreso a los inversores extranjeros?

En estos momentos Rusia mantiene negociaciones sobre los siguientes aspectos: condiciones de acceso al mercado de bienes y servicios, problemática agropecuaria y cuestiones sistémicas. El proceso de las negociaciones ya ha entrado en su fase final, pero aún quedan sin resolver problemas de importancia, tales como el nivel de apoyo interno de la agricultura, la protección de la propiedad intelectual y los servicios financieros.

La labor cumplida asegurará a las compañías extranjeras que trabajan en Rusia un eficaz y predecible marco legal y ayudará a fomentar el comercio, captar inversiones, reducir las barreras administrativas y mejorar el clima inversionista. La perfección de las condiciones para la libre empresa y las inversiones es el mejor incentivo para que afluyan los capitales al país. Los inversores depositan cada vez una mayor confianza en Rusia y debemos hacer lo posible por conservar esa tendencia.

Sectores de oportunidad en Argentina

Los ministros argentinos de Economía y Producción, Felisa Miceli, y de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios, Julio de Vido, que acompañaron al presidente Nestor Kirchner durante su visita oficial a España presentaron en la sede de la patronal CEOE el marco para el desarrollo de los sectores con mayor potencial de negocio para las empresas españolas, entre los que destacaron el transporte ferroviario, infraestructuras, agroindustria, farmacia, biotecnología, telecomunicaciones y tecnologías de la información y turismo.

Las agencias crediticias confían en Israel

La Moody Investor Services y la compañía de clasificación crediticia Standard & Poors (S & P), han concedido un voto de confianza a la economía Israelí. La primera ha elevado a "positivo", su perspectiva sobre Israel dentro de su clasificación internacional de mercado. La "S & P", por su parte, comunicó, que Israel mantuvo su nivel "A", en su clasificación de tasa de crédito, cuya perspectiva se mantiene estable.

La economía china crecerá el 10% en 2006

El Banco Central chino prevé que la economía de la República Popular crecerá un 10% en 2006, después de registrar una ligera ralentización durante los últimos seis meses del año. Las previsiones de la máxima autoridad monetaria del país indican que el crecimiento económico del gigante asiático seguirá imparable a pesar de las medidas introducidas por el ejecutivo para tratar de frenar el sobrecalentamiento en determinados sectores.

Jornadas sobre negocios en el mercado norteamericano

EE UU, la asignatura pendiente para España

Jaime Ussia, Juan Salmerón y Joan Canals, durante las jornadas sobre EE UU.

Texto: **Lope Santamaría**

Estados Unidos es una de las asignaturas pendientes de las empresas españolas. Las razones de esta escasa presencia en el mayor mercado del mundo son el miedo al idioma, a la cultura americana, al marco jurídico y a un sistema de comercialización diferentes.

Esta es la principal conclusión de las jornadas *Doing Business in the United States*, organizadas en Madrid por el despacho de abogados **Nixon Peabody LLP** y el español **Écija Abogados**, en colaboración con la Cámara de Comercio Americana en España, la revista líder en negocio internacional Moneda Única y el periódico **Empresa Exterior**.

Durante las jornadas, Balbino Prieto, presidente del Club de Exportadores e Inversores Españoles, destacó que "si acudes a Estados Unidos con un producto competitivo y debidamente asesorado el éxito está asegurado" y explicó que "las grandes empresas como Cintra, OHL, Acciona, Inditex, Mango, que ya están en el mercado USA, pueden tener un efecto de arrastre para nuestras pymes".

Luis Ruiz, secretario y miembro del Consejo de la Cámara de Comercio Americana en España, señaló que "el mercado hispano, que representa unos 40 millones de personas, es una gran oportunidad para buscar en él socios privilegiados para nuestros negocios". De hecho, existe una ley en EE.UU. por la que el 23% de los presupuestos de los distintos departamentos de la Administración americana deben ser contratados con empresas pertenecientes a minorías.

Joan Canals, presidente de Pulligan Internacional, insistió en que "no se puede llegar a este mercado improvisando porque así se te va a castigar". Entre las dificultades que encuentran los empresarios españoles, Canals señaló que "la reglamentación es estricta, los contratos son rigurosos y los circuitos de entrada, intermediación, distribución y comercialización son largos y costosos", por lo que pidió a los empresarios españoles perseverancia en sus objetivos.

Por su parte, Jaime Ussía, presidente del Consejo Editorial de Moneda Única y de SIF&Co, explicó que el contrato de máster franquicia es muy inseguro en Estados Unidos por lo que la mejor forma de expansión es a través de la creación de una sociedad americana para que sea ésta la que desarrolle el Plan de Negocio.

¿Ha finalizado la corrección de las Bolsas?

Antonio Carrascosa Montoya,
Departamento Formación/Proyectos
Fundación de Estudios Bursátiles

A lo largo del mes de junio, ha continuado la inestabilidad y volatilidad en la Bolsa española, como consecuencia de los temores acerca de la evolución de la inflación, los tipos de interés a ambos lados del Atlántico y el crecimiento económico.

En Estados Unidos, en el terreno macroeconómico, el déficit por cuenta corriente descendió el 6,4% en el primer trimestre del año. Según el Libro Beige de la Reserva Federal, la actividad económica crece en la mayoría de las regiones, pero durante mayo y comienzos de junio se han detectado indicios de una cierta desaceleración. El ritmo de gasto de los consumidores, que equivale a casi el 70% del Producto Interno Bruto (PIB), se ha reducido. También se han enfriado los mercados de bienes raíces en todo el país, junto con un ritmo menor de construcción de casas nuevas y ventas de casas ya existentes, mientras la actividad en el sector de servicios se mantiene fuerte. En el ámbito empresarial, la bolsa de Nueva York (NYSE) y el grupo de mercados europeo Euronext han llegado a un acuerdo de fusión que les permitirá crear el primer mercado de valores trasatlántico del mundo. La nueva entidad será una compañía con bandera estadounidense y sede central en Nueva York, y que ocupará el primer lugar entre las bolsas del mundo con una capitalización de 20.000 millones de dólares.

En Europa, la presión de los precios del petróleo sobre la inflación, unida a la elevada liquidez en la economía europea, fueron los factores clave que llevaron al Banco Central Europeo a aumentar los tipos de interés, situándolos en el 2,75%. Jean Claude Trichet, presidente del BCE señaló que los peligros que se ciernen sobre la economía europea en relación a la estabilidad de precios son: la evolución de los precios energéticos, el elevado endeudamiento hipotecario, y la elevada liquidez existente. El déficit por cuenta corriente de la zona euro se redujo en marzo hasta alcanzar los 3.200 millones de euros, frente al saldo negativo de 4.000 millones del mes anterior. Por otro lado, el Producto Interior Bruto (PIB) del primer trimestre creció el 0,6% en los países de la zona euro, en comparación con el último trimestre del ejercicio 2005. En el plano empresarial, los títulos del consorcio aeroespacial europeo EADS sufrieron un fuerte retroceso, tras anunciar que su filial Airbus retrasaba el calendario de entregas del superjumbo 'A380'.

Fachada principal de la Bolsa de Nueva York.

En España, en el plano macroeconómico, la inflación sigue una trayectoria similar a la europea. El encarecimiento del petróleo y de parte de los alimentos es responsable de buena parte del tirón de los precios en mayo, que subieron un 0,4% respecto al mes anterior y una décima, hasta el 4%, en términos interanuales. El IPC armonizado se situó en el 4,1%, más del doble de la recomendación del Banco Central Europeo. Por otra parte, el déficit por cuenta corriente español se elevó en marzo a los 9.347,8 millones de euros, lo que supone un incremento del 54,8% respecto al mismo mes del ejercicio anterior, debido particularmente al aumento del déficit comercial. En el terreno empresarial, las empresas que cotizan en la bolsa española obtuvieron en el primer trimestre del año un beneficio neto atribuido de 10.370,8 millones de euros, lo que supone un incremento del 28,24% respecto al mismo periodo de 2005. El Grupo Santander completó la adquisición del 19,8% del banco estadounidense Sovereign Bancorp con una inversión total de 1.860 millones de euros. Por otro lado, el Grupo Hesperia ha lanzado una OPA por el 24,9% del capital de NH Hoteles, condicionada a la compra de un mínimo de 15 millones y un máximo de 18,4 millones de acciones a un precio de 14,5 euros por acción, para la financiación de dicha adquisición la cadena hotelera realizará una ampliación de capital de 100 millones de euros, pero no llevará a cabo ningún proceso de integración ni fusión con la misma. Por último, el Comité Técnico del Ibex35, ha decidido que la entidad Fadesa formará parte del Ibex 35 a partir de julio, en sustitución de NH Hoteles, mientras que Corporación Mapfre tendrá que esperar a una posible salida de la entidad Arcelor para pertenecer al mismo.

Los transitarios asumen la voz de la carga en el comercio internacional

Los transitarios quieren ser la voz de la carga en España. A través de su patronal, FETEIA, se están haciendo fuertes en el sector exterior.

Texto: **Esmeralda Gayán**

Con la creciente supresión de las fronteras europeas, que concentran más del 70% del tráfico internacional español, la figura del transitario se ha visto abocada a evolucionar para sobrevivir. Del agente de aduanas, el transitario ha pasado a ser el intermediario entre el importador-exportador, una condición que le permite ofrecer a sus clientes otros servicios de la cadena logística además del despacho de la mercancía, pero al mismo tiempo, les obliga a competir con los operadores logísticos.

A su favor juega, no obstante, que los clientes demandan cada vez un mayor número de servicios, y lo más importante, en puntos cada vez más dispersos del planeta. El transitario cuenta para ello con una red comercial distribuida por todo el mundo, bien a través de acuerdos con otras empresas transitarias o con delegaciones propias.

De esta forma, está capacitado para realizar funciones que van desde la elección del medio de transporte más adecuado para cada destino, el almacenamiento de mercancías en un sinfín de países, la correcta gestión de todos los trámites aduaneros en mercados situados fuera de la Unión Europea o el asesoramiento en diversos temas de comercio internacional. Todo ello a un nivel global, pero además con una visión local.

No obstante, desde la patronal de los transitarios se asegura que la profesión no está lo suficientemente reconocida y amparada por la legislación. “Asegurar que la voz de la carga sea escuchada en todas las instituciones y organismos públicos y participativos”. Ésta es la primera conclusión del acta del último Congreso anual, celebrado en Sevilla, de la Federación Española de Transitarios (FETEIA). Esta entidad, cuyos orígenes se remontan a los años 60, agrupa a las asociaciones sectoriales de ámbito provincial -conocidas como Ateias-, así como a las empresas pertenecientes a otras ciudades donde estas asociaciones no existen. Actualmente, el censo de empresas afiliadas a esta organización alcanza las 700.

Para conseguir sus objetivos, la organización cuenta con cuatro comisiones de trabajo y estudio estables: transporte terrestre -carretera y ferrocarril-, transporte aéreo, transporte marítimo y aduanas.

Una de la principales reivindicaciones de FETEIA está relacionada con la actual legislación aduanera. Según esta organización, el nuevo Código Aduanero debería introducir los cambios suficientes que permitan aspectos tales como despacho de aduana centralizado, teniendo en cuenta las propuestas del Convenio de Kioto, “con el objetivo de que efectiva-

mente las sanciones aduaneras tengan un objetivo disuasorio antes que recaudatorio y sean proporcinadas."
Otra de las preocupaciones de la patronal es el exceso de responsabilidad del transitario, ya que según el convenio actual de transporte internacional de mercancías, "el transportista no gozará del derecho de prevalecerse de las disposiciones de este capítulo que excluyen o limitan su responsabilidad, si el daño ha sido causado por dolo o por falta que le sea imputable y que sea equiparada al dolo por la legislación del lugar". Según explica FETEIA en su último boletín, la aplicación de este artículo está provocando que las aseguradoras y ciertos clientes están reclamando averías producidas durante el transporte, en cuyo procedimiento interviene el transitario, evitando así la aplicación de sanciones y alegando "la culpa equiparada al dolo por la legislación del lugar".

Transporte marítimo y aéreo

Respecto al transporte marítimo, puede decirse que el presidente de FETEIA,

Enric Ticó, es uno de las más firmes defensores en España de la corta distancia, o *Short Sea Shipping*, "como paso necesario para una mejor libertad operativa, fomento y definitiva consolidación como complemento al transporte por carretera". Por otra parte, desde la Federación se insta al Gobierno a adoptar cuantas medidas sean necesarias para que las emprsas navieras hagan frente a sus responsabilidades, de manera que se evite el traslado a otros colectivos como el transitario, que no representa a los navieros o porteadores marítimos, sino a la carga. En el transporte ferroviario, FETEIA insta a las autoridades a mejorar los enlaces ferroviarios, especialmente con los puertos considerados de interés general.
Finalmente, en el ámbito del transporte aéreo, se insta al Ejecutivo a que ponga al día la legislación sobre transporte aéreo nacional, haciendo un especial hincapié en la aprobación del Programa Nacional de Seguridad para la Aviación Civil, previsto en la Ley de Seguridad Aérea. En este mismo medio de transporte, Feteia aboga por seguir impulsando el sistema comunitario de carga en España, el e-c@rgo, para que las transitarias agilicen los procesos de despacho de mercancías, favorecer la automatización de la facturación y ofrecer la información automática de la situación de la mercancía y la disponibilidad de vuelos.

Más información:
www.feteia.org

APR, la transitaria española líder en el comercio con Japón

Aduanas Pujol Rubio es una transitaria que se ha especializado en el tráfico comercial con Japón. En la actualidad canaliza ya más del 50% del transporte con el país nipón.

Texto: **Sonsoles Martín**

Oficinas centrales de Aduanas Pujol Rubio en Barcelona.

Aduanas Pujol Rubió (APR), empresa de capital 100% español, dedicada a los despachos de aduana, transporte internacional y logística local, mantiene desde 1990 un acuerdo de cooperación con firmas japonesas en materia de transporte aéreo y marítimo, que le ha convertido en líder tanto en volumen transportado entre ambos países, como en el mercado local.

Por vía marítima se establecen básicamente tres hubs fundamentales, desde y hacia los cuales APR ofrece servicio directo semanal. Son los puertos de Tokyo/Yokohama, Nagoya y Osaka/Kobe. Estos puertos tienen capacidad para albergar buques portacontenedores de última generación, si bien la línea de transporte hacia España se basa en transbordos en Hubs.

El precio de transporte de España a Japón es hasta dos veces más barato

Este medio tiene un tiempo de tránsito de 28 días de media. En España, los puertos principales de entrada son Barcelona, Valencia y Bilbao, desde donde APR realiza la descarga y vaciado de los containers, las formalidades aduaneras y las entregas en destino final con personal y medios propios.

El volumen transportado entre España y Japón muestra un claro déficit exportador español. Esto motiva que los precios de los transportes desde España a Japón sean dos y hasta tres veces más baratos que el trayecto a la inversa. Situación muy similar sucede en el transporte aéreo, que se desarrolla desde y hacia los aeropuertos de Tokyo (Narita), Nagoya y Osaka, que están actuando como Gateways para la extensa red de aeropuertos japoneses. El transporte por carretera interior en Japón tiene unas tarifas desorbitadas, por lo que se recomienda precisar mucho el punto de salida o de llegada de la mercancía. Los transportes entre Japón y España por vía aérea no se desarrollan con líneas regulares directas , sino que en todos los casos se realiza mediante transbordo en los hubs de las Compañías aéreas (en Europa o terceros países). El tiempo de tránsito medio se establece entre dos y cuatro días.

Actualmente no existen restricciones generalizadas al comercio entre ambos países para las mercancías de comercio lícito. Si bien es cierto que existe prohibición para la importación a la Unión Europea de carne y productos elaborados con carne destinados a la alimentación. El pescado, por contra no presenta restricciones a las importaciones, si bien deben reunir unos requisitos muy estrictos.

Productos más transportados

Los productos más frecuentemente importados por España son: artículos electrónicos de alto valor (telefonía movil, jueguetes informáticos, entre otros), piezas y componentes de los mismos, automóviles, piezas y componentes para automoción y maquinaria especializada. Mientras, los productos exportados desde España son muy variados, y no presentan una concentración excesivamente definida, desde prendas de moda, pescado, piezas de maquinaria especializada, entre otros muchos artículos. En los últimos tiempos se está promocionando y dando a conocer el gran potencial tecnológico que tiene España en apartados como la generación de energías limpias, entre ellas la energía eólica, y el transporte, especialmente el ferrocarril. Por ello, se espera que en futuro la importancia del comercio entre ambos países se incremente significativamente.

Más información:
www.apr.es

Logistica Internacional ICIL

Logística portuaria en Europa

Los exportadores europeos se hacen siempre la misma pregunta: ¿por dónde introducir las mercancías? En la lucha Atlántico-Mediterráneo, suele ganar la primera opción, por una mayor densidad de consumidores en la región.

Buque portacontenedores en el puerto de Le Havre, en Francia.

La comparación entre los tráficos por el Atlántico y por el Mediterráneo supone unas ventajas de entrada mucho mejor para los primeros que para los segundos, ya que existe un mercado económico asociado a la población de consumo, así como una zona industrial de transformación muy centrado en el eje centro-europeo. Hace pocos años que se ha empezado a entender que existe una nueva zona económica en el Sur de Europa. Los Puertos del Norte han tenido tradicionalmente unos tráficos cautivos importantes de salida y de entrada, que han podido desarrollar por las infraestructuras logísticas intermodales adecuadas al entorno competitivo. La conexión hacia terminales de puertos secos por ferrocarril al interior del continente permitían que con la agilidad de las administraciones aduaneras generan una gran velocidad y agilidad en los tráficos. Esto se ha dado en los puertos de Rótterdam, Amberes, Le Havre, Bremenhaven,..que pueden dar respuestas muy rápidas a las demandas del comercio internacional y doméstico.

En el lado del Mediterráneo, la falta de un puerto estrella (HUB) que aglutinara los tráficos más importantes suponía que se necesitaría un apoyo de todos los existentes. Los más históricos, como los de Valencia, Barcelona, Marsella, Génova, Malta,... algunos tienen una asociación para potenciarse. Estos se complementaron con las grandes inversiones de Algeciras y de Giao Tauro que parecían que por el número de teus a mover podrían ser el centro Hub que necesitábamos. En la práctica estos dos últimos han supuesto que por falta de conexiones ferroviarias hayan tenido que ser distribuidos por barcos feeders más pequeños.

La situación se ha ido descompensando ya que la deslocalizacion de las empresas junto con el desplazamiento hacia el Este del centro de gravedad de la economía europea, debido sobre todo a la entrada de los 10 nuevos países en la UE, supone que los Puertos del Norte han desarrollado una mejor penetración hacia esa zona. Sobre todo basándose en la posibilidad de que el río Danubio sea un eje horizontal de penetración y la nueva línea férrea (año 2006) desde Rótterdam hacia el centro de Alemania (línea Betwuelin) pueden ayudar a los movimientos de flujos de mercancías en los dos sentidos(Este-Oeste) así como hacia los países Bálticos y Nórdicos así como el futuro mercado más importante a desarrollar que será el de Rusia a través de Finlandia.

El papel de los puertos del Sur

Los Puertos del Sur de Europa, que alguien ha querido bautizar como el norte del sur, motivado por la una nueva oleada de tráficos más importantes desde y hacia el norte de África, como es el Magreb, supone un nuevo reto de cómo generar la logística en las distancias cortas de cabotaje y de transporte marícimo de corta ditancia (SSS). En este momento la pregunta sería: ¿Cómo podremos seguir siendo competitivos y mantener los tráficos del Far East (Extremo Oriente-Asia) que viene por el Mediterráneo (a través del Canal de Suez) y son a veces desviados por EEUU con el sistema intermodal del ferrocarril a doble altura de contenedores? La respuesta es de difícil contestación, ya que la relación desde los puertos del Sur es algo complicada por la falta de buenas comunicaciones por ferrocarril, así como de conexiones fluviales junto con el poco desarrollo del SSS y con la falta de agilidad documental de las aduanas y del problema de los servicios portuarios tan restringidos.

Comité de Redacción
Fundación ICIL
www.icil.org

José Andrés Piedra, gerente de Madrid Plataforma Logística

“Todo indica que Madrid va a tener un segundo aeropuerto”

José Andrés Piedra es la cara visible de Madrid Plataforma Logística (MPL), entidad cuyo objeto es coordinar los esfuerzos logísticos de la región madrileña y a promocionarla como hub distribuidor de mercancías.

José Andrés Piedra, gerente de Madrid Plataforma Logística.

Texto: **Esmeralda Gayán**

Los principales impulsores de MPL son el Ayuntamiento de Madrid, a través de su área de Economía, y la consejería de Economía, a través del Instituto Madrileño de Desarrollo (Imade). Su gerente, José Andrés Piedra, explica cómo ha evolucionado la entidad, que pretende convertir a Madrid en el principal nudo logístico del sur de Europa y cúales son sus próximos objetivos.

Desde su fundación en febrero de 2005, ¿cuál ha sido la evolución de Madrid Plataforma Logística? ¿Qué logros se han alcanzado?

La evolución de la Asociación en los 18 meses transcurridos ha sido intensa y ha demostrado la gran ilusión e interés de nuestros socios. Ha existido un gran avance interno reflejado en dos líneas. Una es el desarrollo de una cultura de MPL que impregne de un estilo propio nuestras actuaciones. La otra, dar el soporte necesario a los Grupos de Trabajo de la Asociación para que desempeñen su actividad de manera eficaz.

En el ámbito externo, se está dotando de un contenido tangible a la Asociación. En este sentido van la realización de estudios de impacto estratégico (Plan Director de Infraestructuras, Mapa de Formación Logística), la participación en ferias o el apoyo al sector logístico madrileño para incrementar su presencia internacional.

¿Qué acciones fuera de España se están llevando a cabo para potenciar a Madrid como hub logístico de referencia en el sudeste europeo?

El proceso se ha iniciado mediante la participación de MPL y los socios que lo desean en ferias internacionales. Con ello pretendemos una doble potenciación, de MPL y de nuestros socios, en los grandes foros internacionales. Por otro lado, el Grupo de Relaciones Institucionales aprobó recientemente potenciar la presencia de MPL en las redes de análisis y decisión internacionales. Con ello pretendemos disponer de información temprana de lo que está ocurriendo y tener una presencia en los foros donde se analizan, proponen y deciden las políticas logísticas nacionales e internacionales.

Se habla de la creación de un nuevo aeropuerto para carga en Campo Real. ¿Qué supondría esto para Madrid Plataforma Logística?

En unas recientes declaraciones de la Ministra de Fomento se hace referencia a que se están realizando los estudios de compatibilidad del aeropuerto de Campo Real con el actual de Barajas y deja abierta la posibilidad de buscar una ubicación alternativa en el caso de que la

El principal problema de Madrid es la saturación de sus infraestructuras

primera presente problemas. Esto parece indicar una decisión política clara de que Madrid disponga de un segundo aeropuerto. Sería positivo que esta incertidumbre se despejara lo antes posible, ya que la planificación y desarrollo de infraestructuras logísticas es un proceso largo y que implica grandes inversiones públicas y privadas a largo plazo. Para Madrid puede ser de gran interés potenciar su función de hub aéreo internacional, potenciando su capacidad de gestión de carga en bodega de pasajeros y creando una capacidad adicional de operación para las líneas de cargueros. Una vez creado, es un reto para Administraciones, empresas y, como no, para MPL el conseguir que sea competitivo y atractivo.

Una de las mayores barreras de los puertos secos como el de Madrid son las deficiencias del transporte ferroviario hacia el litoral. ¿Cómo podría solucionarse este problema?

La solución no es fácil ni inmediata. Requiere actuaciones múltiples tanto en los accesos ferroviarios a los puertos, en las rutas y en las infraestructuras intermodales intermedias y finales. Madrid presenta una problemática especialmente acentuada por la interferencia entre el transporte de viajeros, especialmente intenso y el de mercancías. A esto hay que sumar la saturación de las infraestructuras intermodales existentes en nuestra Comunidad. MPL está actuando para presentar propuestas factibles que solucionen este lado del problema. Estas propuestas, en su caso, deberían ser asumidas por las Administraciones y organismos con competencias para transformarlo en resultados.

Vista aérea de MPL.

MPL también potencia la salida al exterior de sus socios, como ACS y Azkar, que acaban de asociarse para ganar presencia en China.

Uno de los objetivos de Madrid Plataforma Logística es convertirse en un foro de encuentro donde estos planteamientos puedan producirse. Es el primero que se cierra y publica, pero no es el único que está en estudio. MPL pretende crear las condiciones para que este tipo de acuerdos se produzcan, pero no pretende dirigirlos. Es muy positivo que la comunidad logística madrileña, en la que incluímos los puertos, ferrocarriles, empresas de capital local, nacional o extranjero que pretenden colaborar a que Madrid sea un gran nodo logístico internacional, tome conciencia de que para ser jugadores globales, los factores de escala, calidad, servicio y coste son claves de éxito. Confiamos que este acuerdo, y otros que puedan surgir en el futuro, triunfen.

APR

Aduanas Pujol Rubió, S.A.

la solución integral para el comercio exterior

- Transporte internacional marítimo, aéreo y terrestre
- Despacho de Aduana
- Almacenajes (control de stocks, “picking”, depósito Aduanero, etc.)
- Distribución nacional (servicio puerta/puerta)
- Asesores en Comercio Exterior
- ISO 9001:2000

93 260 70 00
www.apr.es
apr@apr.es

BARCELONA • BILBAO • IRUN • MADRID • VALENCIA

El CEL pone en marcha los Focus Group

En su compromiso por la generación de conocimiento útil para sus asociados, el Centro Español de Logítica (CEL) ha puesto en marcha una nueva herramienta de debate y análisis para la gestión logística. Se trata de los Focus Group, un conjunto de reuniones de los más destacados profesionales de cada sector, dedicadas a estudiar los avances que han de suponer para la cadena de suministro la implantación de la tecnología RFID.

Clasa y Feteia impulsan la carga aérea

La sede de Centros Logísticos Aeroportuarios (CLASA) en Madrid acogió la firma de un convenio de colaboración entre la entidad anfitriona y la Fundación FETEIA para organizar en un futuro jornadas técnicas, seminarios o talleres sobre temas de interés para las empresas del sector de comercio exterior de nuestro país. así como otras relacionadas con la carga aérea.

Azkar y ACS se alían para ganar presencia en China

Dragados SPL y el grupo de transportes Azkar unen fuerzas para aprovechar las oportunidades de crecimiento en el gigante asiático. El acuerdo se gestó en el seno de Madrid Plataforma Logística (MPL), la asociación promovida por la Comunidad de Madrid para potenciar el negocio de la logística y del transporte. En el reparto de funciones, Azkar iniciará su actividad ofreciendo servicios de almacenaje y transporte de mercancías por camión. Dragados SPL, a través de la firma Marítima del Mediterráneo (Marmedsa), realizará la actividad de agente y transitario marítimo –organizador de los transportes nacionales e internacionales necesarios para llevar una mercancía de un punto a otro del planeta–. También se encargará de las gestiones de aduana en el mercado chino.

El Puerto de Fangcheng es uno de los objetivos de Dragados SPL.

Logistop impulsará la I+D de la logística integral

El pasado 14 de junio tuvo lugar en el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio en Madrid la jornada de presentación de Logistop, la Plataforma Tecnológica Española de Logística Integral. Esta iniciativa se enmarca dentro del Plan Nacional de Investigación Científica y ha sido promovida por el Centro Nacional de Competencia en Logística Integral, constituido por ITENE (Instituto Tecnológico del Embalaje, Transporte y Logística), la Fundación Zaragoza Logistics Center (ZLC) y la Fundación Centro Tecnológico de Logística de Cantabria (CTL), así como por el Ministerio de Educación y Ciencia. El fin principal de Logistop es incrementar la competitividad del sector logístico español, conseguir que las empresas nacionales "desarrollen tecnología e incluso lleguen a exportarla", como afirmó el subdirector general de Programas de Fomento de la Investigación Técnica Sectorial del Ministerio de Educación, Manuel Montes.

Acto de presentación de Logistop en el Ministerio de Industria, en Madrid.

Avión de la flota de Lufthansa Cargo.

Lufthansa Cargo comercializará la carga de AirMadrid

El 1 de septiembre, Lufthansa Cargo asumirá la comercialización de las capacidades de transporte y el manejo de transporte en toda la red de la compañía aérea española AirMadrid. Con la cooperación, Lufthansa Cargo podrá ofrecer a sus clientes, entre otros servicios, una red aun más densa desde y hacia Sudamérica.
Así, AirMadrid vuela desde Barcelona a Buenos Aires (Argentina), Fortaleza Martins (Brasil), Santiago de Chile (Chile), Bogotá y Cartagena Nunez (Colombia) y Guayaquil Bolívar (Ecuador), al igual que desde Madrid a Buenos Aires (Argentina), Lima (Perú), Quito Sucre y Guayaquil Bolívar (Ecuador), San José Santamaría (Costa Rica), Ciudad de Panamá (Panamá) y Cartagena Nunez (Colombia). Además, ofrece vuelos a Tuscaloosa (Estados Unidos de América) y Tel Aviv (Israel) y numerosos destinos dentro de Europa.

FCC Logística firma un acuerdo con PB Sisley

FCC Logística ha alcanzado un acuerdo con PB Sisley, compañía líder en el sector de cosmética de alta gama, mediante el cual la empresa de logística se encarga del almacenaje, manipulación y distribución de sus productos a nivel nacional. Para la realización de este proyecto logístico, FCC Logística cuenta con un centro multicliente, especializado en distribución de productos de industria, consumo y farmacia en Madrid

CBL Logística adquiere la cuenta de Benetton

La empresa CBL Logística y Benetton acordaron que el operador logístico distribuya en exclusiva los productos de la empresa italiana que se comercializan en las 366 tiendas Benetton de España y Andorra. Toda la mercancía procedente de Treviso (Italia), donde tiene su sede Benetton, se centraliza en la plataforma logística de CBL del puerto de Barcelona. Desde allí se clasifica y se distribuye diariamente.

Valencia se consolida como puerto natural de Madrid

El puerto de Valencia canaliza el 40% del tráfico comercial containerizado de España y una parte muy importante del mismo tiene su origen o destino en el centro peninsular con lo que Madrid. Así quedó de manifiesto en la presentación del puerto de Valencia
en la sede del Consejo Superior de Cámaras de Comercio de Madrid, un inaugurado por el presidente de las Cámaras, Javier Gómez Navarro, y que contó con la presencia de Francisco Camps, presidente de la Generalitat Valenciana, y Esperanza Aguirre, presidenta de la Comunidad de Madrid. El presidente de la Autoridad Portuaria de Valencia, Rafael Aznar, comenzó destacando la importancia de la integración del puerto de Valencia a nivel internacional, así como su relevancia en la competitividad de España y aseguró que "Madrid cuenta con dos grandes puertas al mundo, el aeropuerto de Barajas y el puerto de Valencia".

Vista aérea de una de las terminales del puerto de Valencia.

Por su parte, el presidente de Puertos del Estado, Mariano Navas, explicó que las fortalezas del puerto de Valencia se centran en tres ejes, el primero de ellos es su posición geográfica estratégica ya que esta situado a 100 millas del paso de las rutas comerciales entre Extremo Oriente. También destacó sus infraestructuras y su capacidad de gestión.

Salvador Peñalver
Director técnico de ILOG España

La optimización en el transporte

Circunstancias como el continuo incremento del precio del petróleo, los cambios en las horas de servicio, la variabilidad de la demanda y los requisitos específicos del transporte de productos impactan negativamente en los beneficios de los transportistas, proveedores logísticos y fabricantes con flotas de transporte propias o alquiladas en este mercado. Como resultado, crece la demanda de herramientas informáticas de nueva generación para la gestión de un amplio conjunto de factores, que permita prestar un óptimo servicio a un coste adecuado.

Cuanto más compleja sea la red de transporte, mayor el número de vehículos, más ajustados los márgenes y más frecuentes los imprevistos en el suministro de productos, mayores son las posibilidades de pérdida/ganancia de competitividad en estos procesos para las empresas de transporte y para los fabricantes con flotas propias o alquiladas. Hablamos, tanto en términos puramente monetarios de coste del servicio, como en términos de credibilidad y confianza de cara al cliente. Con objeto de gestionar adecuadamente esta complejidad, los transportistas y fabricantes con flotas propias necesitan garantizar la adecuada gestión de sus indicadores de rendimiento: la entrega puntual, el aprovechamiento de los recursos disponibles y el coste del servicio.

Como resultado, el mercado de Sistemas de Gestión de Transportes (Transportation Management Systems o TMS) alcanzó los 873 millones dólares en 2003 a nivel mundial, según la firma de investigación ARC Advisory Group, y se prevé que el mismo crezca hasta los 1.200 millones de dólares a finales de 2008, cifra que representa una tasa de crecimiento anual del 7,1%. Muchos de los sistemas de planificación en la actualidad fallan a la hora de capturar el detalle necesario para ejecutar con éxito estos planes. La mayoría de ellos no permite modelar el proceso de carga y descarga al nivel de los recursos. Además, los costes y los métodos de transporte no están lo bastante detallados como para ajustar su control a los requisitos del negocio y las empresas logísticas. Para dar respuesta a estos y otros múltiples problemas ante los transportistas y fabricantes con flotas de transporte propias, en el mercado de soluciones para la planificación y gestión del transporte recientemente ha aparecido una nueva generación de soluciones, representada por la suite de ILOG Transportation PowerOps (TPO). Integra tres potentes tecnologías: la visualización interactiva a la hora de representar de la forma más realista los diferentes activos de transporte; la gestión de reglas de negocio para modificar los políticas de servicio acordadas con los clientes de forma sencilla tan a menudo como sea necesario; y la capacidad para optimizar los recursos, desarrollando de manera automática el balance de utilización de activos y de costes implicados frente a los niveles de servicio, y suministrando planes de transporte optimizados en base a los recursos disponibles en cada momento.

> Cuanto más compleja es la red de transporte, más ajustados resultan los márgenes

Las suites de nueva generación para la gestión del transporte, como ILOG TPO, cuentan con un diseño concebido para facilitar el trabajo a sus usuarios y que proporciona el mayor control a los responsables de la planificación, a quienes permiten desarrollar las mejores soluciones a la hora de la asignación de los vehículos de la flota, la carga de las mercancías transportadas y la programación de las diferentes rutas.

Las soluciones con visualización, optimización y reglas de negocio integradas, como ILOG TPO, permiten que, desde el momento inicial de la configuración y programación hasta la actualización, mantenimiento diario e implementación, los planificadores puedan trabajar con una interfaz flexible que se caracteriza por un lenguaje natural y sencillo, ya sea para el establecimiento de restricciones en las operaciones de negocio o el manejo de los datos o para visualizar las programaciones y el uso de los recursos.

RECOLETOS
Conferencias y Formación

www.recoletosconferencias.com

MADRID
21 DE
SEPTIEMBRE
DE 2006

HOTEL
HUSA PASEO
DEL ARTE

I Encuentro Especializado sobre:

Internacionalización del Sector Inmobiliario

Las empresas inmobiliarias españolas están apostando fuerte por los mercados extranjeros. El menor crecimiento esperado en el mercado inmobiliario español, la búsqueda de un mayor tamaño y las excelentes oportunidades de negocio que se adivinan en el exterior, son algunos de los factores que están motivando este proceso, que ya está dando sus frutos. Según las últimas estimaciones, las promotoras españolas ingresarán este año 1.500 millones de euros en el exterior, un 66,6% más que en 2005.

ANÁLISIS DE MERCADO Y TENDENCIAS DE FUTURO

ASPRIMA: ¿Por qué invierten ahora las promotoras en el exterior?

IESE: ¿Qué factores hay que tener en cuenta para afrontar con garantías la salida a otros mercados?

EUROPA: ¿POR QUÉ APOSTAR POR MERCADOS MADUROS?

Francia: ¿Cuáles son los principales segmentos de oportunidad en el mercado inmobiliario francés?
– JONES LANG LASALLE –

Alemania: ¿Qué rentabilidad se puede obtener en un mercado como el alemán, ya consolidado?
– INMOBILIARIA CHAMARTÍN –

Portugal: ¿Qué estrategias están siguiendo las empresas españolas en su entrada en Portugal?
– HERCESA –

OPORTUNIDADES PARA EL SECTOR INMOBILIARIO EN EL NORTE DE ÁFRICA

Marruecos: Aspectos fundamentales del complejo Tánger City Center –ANJOCA–

OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN EN ESTADOS UNIDOS

Miami: ¿Nuevo paraíso de la inversión? – TESTA INMUEBLES EN RENTA –

AMÉRICA LATINA: EL NUEVO EL DORADO

México: ¿Qué ventajas ofrece la inversión en México y cuáles son los mejores productos para entrar en este país?
– GRUPO MALL – FORO CONSULTORES –

República Dominicana: Características del proyecto Bayahibe – GRUPO BALBOA –

Brasil: La apuesta de Grupo Sánchez por Brasil: Complejos turísticos y residenciales con componente social
– GRUPO SÁNCHEZ –

Preside y modera la jornada: **LIVE IN SPAIN**

Asociaciones Colaboradoras:

aprima

Publicaciones Colaboradoras:

Moneda Única · Inmobiliario Profesional · Real Estate

☐ Sí, deseo inscribirme
Precio: 1.100 € + 16% IVA
☐ Sí, deseo recibir más información

902 37 33 37 · 91 337 32 01 · MU948

conferencias.recoletos@recoletos.es

APELLIDOS _____ NOMBRE _____
CARGO _____ EMPRESA _____
DIRECCIÓN _____
CIUDAD _____ C.P. _____ C.I.F. _____ WEB _____
TELÉFONO _____ FAX _____ E-MAIL _____

Expansión · Empleo · RE

Alemania, líder mundial en ferias internacionales

Dos de cada tres ferias internacionales que se celebran en el mundo tienen su sede en Alemania. El país teutón, líder ecpnómico y principal exportador de la Unión Europea es también el número uno mundial en la organización de ferias.

Texto **Medea López**

Alemania ostenta el título de número uno del mundo en organización de ferias. No en vano, dos terceras partes de las muestras internacionales más importantes tienen lugar en suelo alemán, lo que significa que cada año se celebran más de 140 ferias monográficas internacionales y transregionales, que congregan aproximadamente a 10 milones de visitantes y a 160.000 expositores originarios de 180 países. Uno de los puntos fuertes de las ferias alemanas es su elevada internacionalidad: más de la mitad de las empresas expositoras acuden del extranjero y un tercio de éstas procede de países no europeos; entre los visitantes, un 20% son extranjeros.

Hannover, Fráncfort, Colonia, Düsseldorf, en estas ciudades alemanas se encuentran cuatro de los cinco recintos feriales más grandes del mundo. Sus 25 centros suman alrededor de 2,65 millones de metros cuadrados de exposición.Pero, ¿cual es el secreto de su éxito? En primer lugar, su situación priviliegiada, cercana a los mercados extranjeros, que favorece su alta internacionalidad. La gran calidad de sus recintos feriales y el elevado nivel de profesionalidad de los organizadores, además de una estrategia basada en un marketing global para expositores y visitantes la convierten en líder en técnica y servicios. La continuidad de las ferias internacionales de primer rango y la cooperación y el diálogo permanente que mantienen con los diferentes agentes del mercado son factores que explican que las ferias alemanas cuenten con la mayor proporción de expositores extranjeros de todo el mundo. Estas cualidades justifican que en 2005 haya aumentado el número de expositores (2,6%) y el espacio alquilado (0,6%) frente al año anterior, por primera vez en dos años.

Cuatro de los cinco mayores recintos feriales del mundo están en Alemania

Hannover, ciudad de ferias

Estos datos, facilitados por Thomas H. Hagen, el presidente de la asociación de la industria alemana de la feria comercial (AUMA) en la rueda de prensa celebrada el 15 de mayo enBerlín, sitúan a las ferias comerciales internacionales nuevamente en la trayectoria del crecimiento. Hagen destacó la estabilización de los expositores alemanes, que en 2004 registraban una caída del 4% y el año pasado crecían un 0,5%. El número de expositores extranjeros sigue aumentando (4,5%), especialmente en Asia y Europa Central y Occidental, donde se ha elevado considerablemente en los últimos años.

El recinto ferial de Hannover es el mayor del mundo. En 495,265 m², el año pasado participaron más de 27.000 expositores, de los cuales casi 12.000 procedían del extranjero. De los 2 millones de visitantes, 400.000 acudieron de fuera de Alemania. Deutsche Messe AG, la empresa que

El mejor instrumento de negocio

Las ferias son el punto de encuentro para el intercambio de nuevos productos, conocimientos e ideas. Las compañías alemanas lo saben y las consideran uno de los instrumentos más importantes para las relaciones de negocios directas entre empresas. Según datos de la Comisión de Ferias del Empresariado Alemán (Auma), un 79% de las empresas considera importante la presencia en Internet con un sitio propio, pero sólo un 39% distribuiría sus productos por esa vía, mientras que un 81% de dichas empresas se decantan por las ferias como vía de distribución. Es por esto por lo que, el número de responsables de las decisiones en las empresas, que acuden a varias ferias al año, aumentó un 23,6% entre 2003 y 2005. Las perspectivas de crecimiento para 2006 son igualmente positivas. Los responsables de AUMA esperan un aumento en los indicadores de toda la industria. En total, expositores y visitantes gastan alrededor de 10 billones de euros al año en los acuerdos comerciales que establecen en las ferias alemanas y alrededor de 250.000 personas trabajan en la organización para cubrir las necesidades de sus clientes.

se encarga de la organización de las ferias, realiza cada año alrededor de 100 certámenes en Alemania y en el extranjero. Las ferias de Hannóver reflejan los mercados en casi todos los sectores imaginables. Es allí donde se celebra CeBIT, la feria líder mundial de las tecnologías de la información y telecomunicaciones, con más de 6.300 expositores.

Las ferias de Hannóver se han convertido en grandes éxitos de exportación. En 2006 se organizan más de 25 ferias en el extranjero: en Australia, Brasil, Singapur, Tailandia, Turquía, Pekín y - sobre todo - en Shanghai. En mayo se celebra la primera DOMOTEX middle east en Dubai.

Stuttgart, experiencia y variedad

Stuttgart es la región alemana con más solicitudes de patentes por habitante y muchas de sus empresas son líderes del mercado internacional (IBM, Porsche, Hewlett-Packard).

En este atractivo contexto desarrolla su actividad la feria de Stuttgart, que lleva a sus espaldas 20 años de experiencia con más de 1000 participaciones en ferias y 34 representantes en todo el mundo. Presenta una oferta ferial muy amplia, que abarca los más diversos sectores. Así, en el ámbito industrial destaca la feria AMB, dedicada a la construcción de maquinaria, y en temas de salud y medicina encontramos MEDIZIN, la feria especializada en técnicas médicas. Una de sus bazas es el certamen CMT, una de las mayores ferias de turismo de Europa. Economía y educación, alimentación y bebidas y eventos huéspedes son otros de sus campos de actuación. En 2007 se inaugurará la nueva feria de Stuttgart, con una superficie de exposición de 100.000 m² repartidos en 9 pabellones, 40.000 m² de terreno al aire libre y 18.000 plazas de aparcamiento y con el acceso más cómodo de Europa.

La experiencia de Frankfurt

Frankfurt es la ciudad con mayor tradición ferial. En 1990 celebró su 750 aniversario. La empresa encargada de la gestión, Messe Frankfurt, organiza más de 100 ferias de muestras a nivel mundial, que reunen a más de 57.000 expositores y a casi tres millones y medio de visitantes cada año en el que es, hasta el momento, el tercer complejo ferial de mayores dimensiones del planeta. Su gran éxito se basa en un amplio y variado programa de ferias adaptado a las necesidades del mercado, su servicio de primera clase y una red extensa de filiales, sucursales y agencias extranjeras. Automechanika, la feria internacional líder para la Industria de la Automovilística; Ambiente, de artículos de decoración y de regalo, y la feria del Libro son las que congregan a mayor número de expositores y visitantes pero Achema, de ingeniería química, y Light+building, de arquitectura y tecnología son conocidas por su calidad.

La conquista de los mercados en expansión, aunque estén geográficamente lejanos, forma parte de los objetivos de Deutsche Messe AG.

Un país exportador de ferias

La exportación de las ferias líderes alemanas al extranjero asegura a los expositores lapresencia en mercados claves sin pérdida de calidad.

Texto: **Medea López**

Si Alemanía es el líder indiscutible en la celebración de ferias internacionales en su país, no lo es menos allende sus fronteras. Las grandes compañías feriales alemanas, conocedoras de la importancia de las ferias como llave de acceso a los mercados mundiales (aproximadamente el 30% de las exportaciones de la economía alemana tienen su origen en la participación en ferias), desarrollan gran parte de sus actividades en el extranjero.

El año pasado se celebraron fuera de Alemania, 13 ferias comerciales más que en 2004, lo que supone un incremento del 30% en el espacio alquilado, mientras que el número de expositores aumentó en un 18%. Los visitantes también experimentaron un crecimiento del 13%, alcanzando una cifra de 3,4 millones.

Así, durante este año, los miembros de la Asociación alemana del sector de ferias y exposiciones (AUMA) llevará unas 200 ferias comerciales en países de los cinco continentes. Los mercados más interesantes para los organizadores teutones son China con 63 certámenes programados, Rusia con 28, la India con 14 y los emiratos árabes unidos con 13. La ciudad por excelencia es Shangai, donde llevarán a cabo 37 ferias comerciales, seguida de Moscú, con un total de 25.

Tan importante es para las instituciones feriales alemanas ampliar el negocio internacional que más de la mitad de las ferias organizadas por Messe Frankfurt tienen lugar en el extranjero, su presencia abarca 34 países diferentes y congregan a un millón de visitantes y a más de 18.000 expositores. Con el lema “piensa globalmente y actúa localmente”, Messe Frankfurtha establecido una red de 14 filiales, cinco sucursales y 49 representaciones en el extranjero que cubren a 106 países en cuatro continentes.

Igual le ocurre a Hannover Messe, que organiza más de 25 ferias y tiene filiales en Estambul, Shangai, Sao Paulo o Sidney, entre otras.

Según los datos revelados por el director administrativo de AUMA, las previsiones de comercio exterior para 2007 del ministerio federal de Economía y Tecnología son positivas, y esperan llegar a las 242 ferias, especialmente en Asia con 96, de las cuales 53 tendrán como sedes China y Hong Kong, en Rusia habrá 54, 36 en Oriente Medio y 23 más en Norteamérica.

La patronal ferial alemana llevará este año 200 certámenes por todo mundo

La Campus Party y la Feria Internacional de las Familias centrarán la agenda

Los grandes eventos protagonizan la actividad de Feria Valencia en julio

El Centro de Eventos de Feria Valencia es una muestra más de la capacidad real y potencial del recinto ferial más importante de España y de todo el panorama europeo. Además de acoger certámenes de una calidad sobresaliente, Feria Valencia abre sus puertas a la celebración de cualquier tipo de eventos, desde conferencias o congresos hasta grandes celebraciones como la Feria Internacional de las Familias o la Campus Party. Del 1 al 7 de julio, coincidiendo con el V Encuentro Mundial de las Familias y la visita del Papa Benedicto XVI a Valencia, tendrá lugar la Feria Internacional de las Familias. Feria Valencia, además del espacio de exposición, habilitará un ágora de gran capacidad para albergar a más de medio millar de peregrinos. Para ello, la organización ferial por excelencia en España ha dispuesto 100.000 metros cuadrados de sus instalaciones y más de 40.000 para que los peregrinos acampen y disfruten de agradables veladas en las que se impulsará la convivencia, el debate y la fusión de experiencias personales.

Sorpresas en la Campus Party

La décima edición de la CAMPUS PARTY no dejará a nadie impasible. El mayor evento de ocio electrónico abre sus puertas en Feria Valencia del 24 al 30 de julio. En dos de los pabellones del recinto se distribuirán más de 5.500 personas que no quieren perderse una cita de estas características. Esta edición prevé grandes sorpresas para sus asistentes. Además de la tradicional sección destinada a los videojuegos, los amantes del Rol también tendrán su pequeño espacio, la Campusbot depara divertidas competiciones robóticas, Campuscrea, áreas de simulación, la Muestra de Cine Fantástico y un interminable etcétera que a nadie le permitirá perderse esta gran cita en Feria Valencia.

Agenda

FANCY FOOD SHOW 2006: Feria internacional de alimentos gourmet y delicatessen. Del 9 al 11 de julio. En las instalaciones de Jacob K. Javits Center de Nueva York.

ISPO SUMMER 2006: 65 Feria internacional de equipamientos y ropa deportiva. Del 16 al 18 de julio. En el nuevo recinto ferial de Munich.

Furnitex 2006: La feria más grande del mueble y la decoración de Australia-Pacífico. Del 20 al 23 de julio. En el Melbourne Exhibition Centre & Royal Exhibition Building (Australia).

Bread & Butter Berlín: La feria de moda y cultura urbana más importante de Europa. Del 21 al 23 de julio. En Historische Kabelwerke, antigua fábrica de Siemens, Berlín.

Belleza y Salud 2006: Feria de la cirugía plástica, peluquería, medicina alternativa, estética y belleza integral. Del 22 al 27 de julio. En el recinto de Corferias de Bogotá (Colombia).

Intertextile Pavilion 2006: Feria internacional del sector textil y accesorios. Del 25 al 27 de julio. En el Centro de convenciones y exposiciones de Shenzhen (China).

CIFF: Feria internacional de la moda. Del 10 al 13 de agosto. En el Bella Center de Copenhague (Dinamarca).

Frankfurt, foro de las últimas tendencias de consumo

La próxima edición de *Tendence Lifestyle*, la mayor feria internacional de bienes de consumo exclusiva para profesionales, se celebrará del 25 al 29 de agosto en Frankfurt. Esta plataforma de artículos de consumo de otoño, que reunió el pasado año a 3.409 expositores de 81 países y a 90.000 visitantes, presentará, por primera vez, su nueva muestra especial *Personal Shopper.* Dos personalidades del mundo del diseño acudirán a la feria para seleccionar sus piezas favoritas y ponerlas en escena de acuerdo con sus propios gustos y tendencias. Lo que sí repite por segunda vez es la exposición al aire libre *Fresh* en donde se mostrarán, entre los días 25 y 27, obras del arte del diseño, que proceden en su mayor parte de agencias creativas de la región.
Para recrear el ambiente un gran número de instalaciones, fiestas y bares acompañarán el evento para dotarlo de una atmósfera veraniega.

Visitantes admiran las últimas tendencias en decoración

Deutshe Messe AG accede al mercado indio

Deutsche Messe AG, la empresa líder en organización de ferias de muestras con sede en Hannover, ha dado un paso más en su camino hacia la expansión mundial. El pasado 22 de mayo llegó a un acuerdo con el Presidente de la Asociación india de fabricantes de máquinas-herramienta IMTMA , C. P. Rangachar, para cooperar juntos en la comercialización del nuevo recinto ferial de Bangalore, en el Estado federal indio de Karnataka. La asociación IMTMA es la que se encarga de organizar la feria de máquina-herramienta mayor de India, la IMTEX, en Mumbai, así como la nueva feria TOOLTEX en Nueva Delhi. En la actualidad está construyendo el centro de exposiciones "Bangalore International Exhibition Centre" (BIEC), que según las previsiones, estará terminado a principios de 2007, y cuya comercialización internacional correrá a cargo exclusivamente de Deustshe Messe AG, que ya lleva celebrando con éxito ferias en China, Australia y Turquía. El BIEC cumple todos los requisitos de un recinto ferial de alcance internacional: 40.000 m² de pabellones,un edificio de congresos de 5.000 m², además de 3.000 m² construidos de aulas para todo tipo de eventos, todo ello con una infraestructura moderna.Este acercamiento supone la llave de acceso al mercado indio, el segundo que registra un mayor crecimiento después de China, y un avance en sus estrategias de globalización.

Cifras récord de ventas y visitantes en la décima edición del Salón

Madrid, referente del vehículo de ocasión

Diez años después de abrir sus puertas por primera vez, el Salón del Vehículo de Ocasión celebró con éxito su décimo cumpleaños. Durante el 16 y el 25 de junio, este certamen se convirtió en la plataforma comercial y promocional del sector de automoción y se encumbró como referente europeo por el alto grado de especialización de la muestra y su elevado nivel de representación y de oferta.

El apoyo del sector, encabezado por la Asociación Nacional de Vendedores de Vehículos a Motor, Reparación y Recambios (GANVAM) fue fundamental, así como la colaboración de ATISAE Consultores, encargados de certificar la calidad de todos y cada uno de los más de 3.000 vehículos (y 1.000 en rotación) que mostraron las 149 empresas expositoras, a través de un riguroso proceso de inspección, que ha contribuido a reforzar la imagen de seriedad, solidez y transparencia de la muestra madrileña.

Las cifras récord alcanzadas el año pasado tanto en el número de visitantes que llegó a 47.500, como de coches vendidos (2.494) era dificil de superar en esta edición. A pesar de

Vehículos expuestos en la última edición

éllos los primeros resultados provisionales apuntan a que se superarán estas cifras gracias a la calidad de los vehículos seleccionados y a la amplitud y variedad de la oferta a precios muy competitivos, distribuida en 3.179 metros cuadrados de exposición.

Los responsables del Salón destacan también “el interés cada vez mayor de los usuarios, quienes reservan su decisión de compra para el Salón con mayor frecuencia” y es que el año pasado, una de cada veinte personas que visitó el certamen se compró un automóvil usado.

Etapa de crecimiento

Estos datos demuestran la etapa de crecimiento que está viviendo el mercado de vehículo de ocasión en España tanto en volumen como en facturación. En 2005 se vendieron, por primera vez en 20 años, más coches de segunda mano que nuevos, y en los 4 primeros meses del año el ratio existente es de 0,94 automóviles usados por cada uno nuevo.

El objetivo del sector es lograr la proporción de uno a uno a final de este año y acercarse así a las cifras alcanzadas en algunos países de nuestro entorno, donde las ventas de coches de ocasión son claramente superiores a las de vehículos nuevos.

Ifema acoge las novedades de urbanismo y medio ambiente

La decimotercera edición de la feria internacional del Urbanismo y Medio ambiente, Tem tecma 2006, reunió en 20.643 m² a 368 expositores directos y 177 empresas del sector en Ifema, del 13 al 16 de julio. El certamen se caracterizó por una amplia dimensión internacional, ya que el 38% de las empresas representadas eran extranjeras procedentes de 17 países.Una de las exclusivas que despertó un mayor interés fue la papelera Big Belly, un contenedor de basura que, mediante una placa solar, disminuye hasta cuatro veces el volumen de los desperdicios, con la consiguiente reducción de mano de obra y de combustible. El aseo autolimpiable con GRPS, la casita de reciclaje para niños, contenedores con bocas de carga diferenciadas para cada tipo de basura, vehículos industriales no contaminantes y silenciosos y variados mecanismos electrónicos fueron otras de las novedades.

La primicia entre las jornadas fue el Primer Congreso Internacional de Prevención de Conflictos y Desastres Medioambientales .

El nuevo “look” del turista del siglo XXI

Independiente, con mayor capacidad de gasto en destino, demandante de calidad, con preferencia por el uso de Internet y las líneas aéreas de bajo coste, Así es el nuevo turista del Siglo XXI.

Texto: **José María Triper**
Fotos : **Moneda Única**

El crecimiento cuantitativo que el turismo español ha experimentado durante los últimos diez años, viene acompañado de un cambio cualitativo que a veces puede pasar desapercibido pero que se traduce en un nuevo perfil de turista que responde a unas características cada vez más acentuadas: independencia a la hora de elegir y planificar el viaje, más capacidada de gasto en destino, mayor exigencia de calidad, menor tiempo de estancia pero con más frecuencia, uso de Internet, que viaja en avión y se inclina por las líneas aéreas de bajo coste. Todo un desafío para el sector que debe adaptar la oferta a las nuevas necesidades y exigencias.

Los datos de un informe elaborado por La Caixa, muestran como en los diez últimos años el número de turistas (visitantes que pasan al menos una noche en nuestro país, según la definición oficial) ha aumentado a un ritmo anual medio de casi el 5% hasta superar los 55 millones en 2005. En términos absolutos, esto supone más de 20 millones de nuevos turistas en diez años. Un notable crecimiento que los responsables del informe atribuyen a “la tendencia a una mayor movilidad internacional de las personas favorecida por el extraordinario aumento de las facilidades de transporte, en especial a partir de la liberalización progresiva del transporte aéreo”.

No en vano, más del 80% del incremento del turismo en España en estos diez últimos años se explica por el auge de este medio de transporte. Durante el útlimo ejercicio el 73,2% de los 55,7 millones de turistas que recibió la economía española, es decir, algo más de 40 millones de personas, llegaron a nuestro país en avión.

El informe de la entidad financiera constata que una de las mutaciones más sustanciales que se está produciendo en el negocio turístico es la provocada por las compañías de transporte de bajo coste y en paralelo por el uso de Internet. “El boom del turismo por vía aérea tiene en las compañías de bajo coste un aliado indiscutible. En 2005, el 29,7% de los pasajeros llegados a España (incluye también españoles en viaje de vuelta) lo habían hecho con las denominadas compañías de bajo coste, entendiendo por tales las distintas de las compañías aéreas tradicionales. En 2000, la cuota de mercado de este segmento era del 13,7% transportando algo más de 5,6 millones de personas, un tercio de las transportadas en 2005.

Estas cifras incluyen también los vuelos charter, modalidad que ha ido perdiendo peso también en beneficio de esas nuevas empresas que operan en régimen de precios bajos y sin paquetes turísticos asociados, y cuyos billetes se adquieren básicamente por Internet o en centros de atención telefónica”.

En 2005, tres compañías, Easyjet, Ryanair y Air Berlin, con más de 3 millones de pasajeros cada una, dominaban en condiciones de gran igualdad más del 60% de todo el mercado de bajo coste, por lo que los autores del informe concluyen que “el nuevo turismo español, pues, va a seguir aumentando principalmente por ese nuevo canal”.

El turista es cada vez más independiente de las agencias de viajes tradicionales

El nuevo turista se perfila como “un individuo que viaja por su cuenta, en familia o con amigos, sin paquetes

turísticos precontratados (en 2005 el 61,5% así lo hizo y fueron un 11,5% más que el año anterior), por motivos de ocio y con unos intereses algo más diversificados que el modelo tradicional de sol y playa, aunque este motivo sigue siendo el predominante".

Gasto en destino

Además, este turista será cada vez más "independiente de las agencias de viaje tradicionales, siendo Internet un protocolo de consulta, reserva y pago del viaje turístico cada vez más utilizado. para las primeras décadas del siglo actual se remarca la importancia de los desarrollos tecnológicos. Éstos permiten un acceso inmediato e interactivo a ofertas de productos turísticos a través de Internet. También se espera que los avances tecnológicos reduzcan los costes de transporte.

El hotel, pese a su predominio actual, puede perder importancia como alojamiento habitual en beneficio de la casa de propiedad, de alquiler o de amigos.

Por otra parte, el nuevo turista es un individuo que, en proporción, gasta más en destino que en origen. Los datos del Instituto de Estudios Turísticos (IET) muestran que los paquetes turísticos ya no son tan importantes, y la tendencia al menor gasto por turista que se observa en los últimos tres años se explica por "un menor tiempo de estancia".

El nuevo turista puede ser también una persona con lazos más estables y periodicidad más regular con el territorio español gracias a la mayor accesibilidad y, por supuesto, a la progresiva consolidación de la propiedad en zonas turísticas en manos de extranjeros.

Si bien es cierto que las encuestas del IET muestran que el turista que se aloja en vivienda propia o de familiares o conocidos gasta menos que el que se aloja en un establecimiento hotelero, podría ser que en este punto "se infraestimara el gasto total, por el peso de partidas como mantenimiento, menaje, etc". En base a esta nueva realidad el informe de la Caixa plantea la necesidad de eliminar los esquemas convencionales a la hora de definir el turista del siglo XXI para incluir en esta categoría perfiles que quizás no responden al estereotipo que tenemos del turista, como es el caso de las personas que pasan temporadas largas en nuestro país". Se trata, aseguran, "de una realidad emergente que no responde al patrón tradicional pero cuyo peso va a seguir aumentando en el futuro".

Un desarrollo tecnológico aceptable

El sector hotelero español presenta un nivel aceptable de desarrollo tecnológico en cuanto a uso de Internet y presencia en la Red, lo que ha influido enormemente en el crecimiento experimentado en los últimos años. Sin embargo, la implantación de tecnología resulta insuficiente en cuanto a procesos internos de gestión y procesos externos de relación con clientes y proveedores. Esta es la principal conclusión que se desprende del estudio 'Diagnóstico tecnológico del sector hotelero', elaborado por el Observatorio de las Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información de Red.es en colaboración con el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) y Fundetec.

Según este estudio, elaborado a partir de más de 300 encuestas a empresas -el 83% de ellas pymes y micropymes-, el porcentaje de implantación del PC en el sector es del 98,7%, un punto por encima de la media nacional de todos los sectores, mientras que en el caso de las empresas de menos de 10 empleados (que representan el 83,8% de las empresas hoteleras), el porcentaje se sitúa en el 62%, frente al 60% del total nacional. En cuanto al acceso a Internet, herramienta de gran utilidad para su actividad, está presente en el 96% de las empresas con más de 10 empleados, reduciéndose al 56% en el caso de las micropymes. No obstante, el 90% de las microempresas que disponen de PC tienen además acceso a Internet, frente al 75% de ellas a nivel nacional.

El Santander vende su participación en AC Hoteles por 45 millones

El Santander Central Hispano (SCH) ha vendido su participación del 14,1% en la cadena de alojamientos turísticos AC Hoteles por un importe de 45 millones de euros. Con esta operación la primera entidad financiera española sale completamente del capital de la sociedad hotelera.
Tras la compra del paque accionarial del Santander, el accionariado de AC Hotels queda configurado del siguiente modo: AC (65,10%), Familia Cosmen (17%), Santiago Oller (7%), Michel Méndez Pozo (5%), Luis Ilarraza (5%), José María Concejo (0,10%) y otro, informa HOSTELTUR.
Los compradores del paquete accionarial que estaba en poder de la entidad financiera han sido, en su totalidad, actuales socios de la cadena hotelera Así, AC Hotels adquiere para autocartera un 4,10%; Luis Ilarraza, socio de AC Hotels en Logroño, un 5%; Santiago Oller un 2% que suma al 5% que ya controlaba; la familia Cosmen compra un 2,90% que suma al 14,1% que compró a 3i el pasado diciembre; y José María Concejo, consejero de AC Hotels, adquiere un 0,10%.

Un socio empresarial

Tras la operación, Antonio Catalán cuenta con el 61,10% del capital de la cadena hotelera que él mismo creó en el año 1998. Para Catalán, esta compra de la participación que mantenía el Santander era un objetivo prioritario marcado en esta operación. "Desde que comenzó a perfilarse, pensamos en un perfil de socio empresarial, que no fuera un desconocido quien se hiciera cargo de este paquete", afirma.
AC Hoteles tiene actualmente 98 establecimientos hoteleros en cartera, de los cuales 76 se encuentran operativos. Además de en España la cadena cuenta con ocho establecimientos en Italia país donde tiene previsto cerrar el año con diez, y otos dos más en Portugal.

Antonio Catalán

La llegada de turistas crece pero caen un 7,6% los ingresos

En abril de 2006 se recibieron en España 4,9 millones de turistas internacionales , un 17,7% más que en el mismo mes de hace un año, según la Encuesta de Movimientos Turísticos en Frontera (FRONTUR). Este dato debe analizarse teniendo en cuenta que este año en abril se registró el periodo vacacional de Semana Santa, mientras que en el 2005 este periodo coincidió con el mes de marzo.
En el acumulado de los cuatro primeros meses del año llegaron 14,5 millones de turistas, cifra que representa un crecimiento interanuala del 5,8%.
Como viene siendo habitual, en este periodo acumulado las seis principales comunidades autónomas (Cataluña, Andalucía, Canarias, Baleares, Comunidad Valencia y Madrid) acapararon el 90,2% de las llegadas de turistas.
En contraste con el aumento en las llegadas, los ingresos por turismo y viajes fueron de 6.532,7 millones de euros durante el primer trimestre de 2006, frente a los 7.071,3 millones del mismo período de 2005, lo que supone una caída del 7,6%, según datos del Banco de España. Los pagos por este concepto ascendieron a 3.134,4 millones de euros entre enero y marzo de 2006, frente a 2.65,7 millones en los mismos meses de 2005, lo que representa un incremento del 18,2%.

Sol Meliá refuerza su liderazgo en el sector hotelero de Cuba

Sol Meliá inaugurará a finales de 2006 el Meliá Las Dunas, en Cayo Santa María, Cuba, mientras ultima los detalles de un nuevo complejo de lujo en Cayo Largo. Estas incorporaciones son parte de la apuesta de la compañía por su crecimiento internacional en Cuba.
La apertura del Meliá Las Dunas está prevista para el mes de octubre. El hotel tiene una categoría de cinco estrellas y contará con 925 habitaciones. A esta nueva oferta se sumará en breve un segundo hotel de lujo de 300 habitaciones, en Cayo Largo. La cadena mallorquina opera actualmente 8.345 habitaciones en la Isla y llevará la gestión de 23 hoteles en Cuba, convirtiéndose en líder en el sector cubano.

Desastres, terrorismo y la compentencia de nuevos mercados, amenazas de los hoteleros

Texto: **Lope Santamaría**

La incidencia de fenómenos externos adversos como desastres naturales, terrorismo y epidemias y el potencial turístico de los países emergentes son consideradas como las principales amenazas por el sector hotelero español. Así se desprende del Informe de Coyuntura Hotelera: Situación y Perspectivas, elaborado por PricewaterhouseCoopers a partir de la opinión de 22 cadenas nacionales e internacionales establecidas en España.

Concretamente, el terrorismo, los desastres naturales y las epidemias son las amenazas más serias a la que se enfrenta el sector, según el 91% de los encuestados, seguida del potencial turístico que suponen los nuevos destinos de los países emergentes (73%) y por los aspectos regulatorios relacionados con el sector (50%).

No obstante, las cadenas hoteleras perciben más oportunidades que amenazas en el conjunto del sector. La mejora de la reputación y de la imagen de marca es, según el 86% de los encuestados, la principal oportunidad, junto con la modificación de los actuales canales de distribución y la eliminación de intermediarios con el cliente final (77%). En menor medida, pero también con alto grado de consenso aparencen el impacto de las nuevas tecnologías, la transformación de la demanda, la diferenciación mediante la concentración en nichos de mercado en la lista de aspectos que tendrán un impacto positivo.

En el estudio han participado 22 cadenas hoteleras que aportan 390 establecimientos y el 39 % del negocio hotelero en España y que, en general muestran un “optimismo moderado” sobre la situación del sector en el corto y medio plazo.

La mejora de la reputación y la imagen de marca, el principal activo del sector

Bienvenido a la nueva feria de Stuttgart. La apertura será en 2007, junto al aeropuerto de Stuttgart. Un lugar perfecto para realizar intercambios in situ con los líderes del mercado mundial como DaimlerChrysler, Bosch, Hugo Boss, Porsche, HP, IBM y muchos más, y para iniciar negocios. Seguro que acierta: los pabellones multifuncionales, con una superficie de exposición de 100.000 m², ofrecen las posibilidades técnicas más modernas para que la presentación de su empresa y de sus ideas sea perfecta.

Encontrará información más detallada en nuestra página web: www.messe-stuttgart.de o en +49 711 25 89-0.

Messe Stuttgart
En el centro del mercado

IBÉRICA OVERSEAS

China, a la vuelta de la esquina

Ibérica Overseas no es una agencia de viajes tradicional. Su fuerte especialización en las misiones comerciales a China le han convertido en el primer comercializador turístico entre la administración y la empresa privada española.

Texto: **E. Gayán**

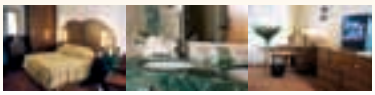
Tras dos décadas de experiencia en el mercado español, Sergio Delgado Millán, director general de Ibérica Overseas, avistó el potencial de las relaciones económicas y comerciales entre China y España y decidió apostar por el gigante asiático como origen y destino de los viajes de negocios. Ibérica Overseas camina ahora por su octavo mes de trayectoria como agencia de viajes china, aunque de capital 100% español. Detrás quedan cuatro años de incesantes viajes y negociaciones con la aparatosa administración pública del gigante asiático, que hasta la fecha no le ha otorgado todavía la licencia de emisora de viajes, un objetivo cada vez más cerca, asegura Sergio Delgado. A pesar de los obstáculos, Ibérica Overseas ha invertido más de dos millones de euros para crear una oficina propia en Shanghai, que cuenta con personal chino y español. Su director no comulga con un modelo basado en socios locales, pero mantiene acuerdos con las principales compañías aéreas chinas, cadenas hoteleras hispano-chinas y las principales agencias de viajes del país.

"Hasta ahora, sólo tres agencias de viajes de todo el mundo tienen licencia para operar en China", señala Delgado, quien añade que "a partir de 2007, las empresas españolas del sector podrán operar en China sin necesidad de una *joint venture.*". No obstante, como buen conocedor de las reglas del mercado chino, este ejecutivo se adelanta a los acontecimientos, y nos avanza que su próximo objetivo es crear una oficina en Hong Kong, un lugar no sólo atractivo por cuestiones turísticas, sino también por ser la puerta de entrada a este gran mercado. "Muy pronto, los empresarios que tengan una agencia de viajes en Hong Kong, automáticamente tendrán permiso para operar en toda China".

Desde España y Shanghai, la firma gestiona viajes para empresas y organismos oficiales de procedencia española. No obstante, su meta es llegar también al consumidor chino. "Existen unos cien millones de chinos con un poder adquisitivo similar al que posee la clase media española", explica. "El problema es que apenas conocen España". Uno de sus próximos retos es la formación basada en el intercambio hispano-chino. "Me gustaría crear hoteles-escuela en Pekín y Shanghai. Sería una forma de atraer a profesionales españoles y de formentar la cultura española en China", comenta este empresario. Su siguiente paso, tras consolidarse en el mercado chino, será India y en un medio-largo plazo, Vietnam.

Más información:
www.ibericaoverseas.com

Hotel President está ubicado en el mismo corazón de Praga, en la orilla derecha del río Vltava. Desde el hotel puede visitar andando el Castillo de Praga, el Barrio Judío o la Ciudad Vieja, entre otros lugares de interés. Durante de su estancia nuestros clientes aprecian las incomparables vistas del Castillo de Praga y la confortable estancia en el centro histórico, cultural, culinario y comercial. En la cercanía del hotel se encuentran los monumentos históricos pero también las escenas más importantes de la ciudad, galerías de arte, restaurantes de estilo y sobre todo la famosa calle Parizska, conocida por numerosos y lujosas boutiques de diseñadores y marcas de nombre mundial.



Número total de habitaciones: 130
Habitaciones Deluxe: 64
Habitaciones Superior: 13
Habitaciones Executive: 17
Suites Junior : 26
Suites Junior Executive:6
Suites Senior: 2
Suite Senior Executive : 1
Suite Presidencial: 1

Habitaciones del hotel equipadas con:
Aire acondicionado regulable, detectores de fuego y extintores, persianas, caja fuerte personal, teléfono fijo, teléfono inalámbrico, buzón de voz, TV por satélite, TV de pago, equipo de música Hi-Fi en todas Suites Junior, gameboy, conexión a internet, lavandería y limpieza en seco, servicio de habitación 24 horas, mini-bar, secador de pelo, espejo cosmético de aumento, plancha y tabla de planchar.

Entre los servicios del hotel podemos destacar:

Personal con mucha experiencia, habitaciones y plantas no-fumador, planta y salón Executive, salas de reuniones para más de 190 personas, acceso a internet sin cable en todos espacios comunes y salas de reuniones, 2 puntos de trabajo (PC) en el Lobby, Restaurante Vltava, piano-bar, consigna y business centre, garaje, servicios de limousinas, health club & spa, salón de peluquería, casino.

Restaurantes y Bares

RESTAURANTE VLTAVA

Puede disfrutar de una exquisita comida internacional con sabores regionales en un amplio y precioso restaurante que ofrece vistas panorámicas del río Vltava y sus alrededores. A la hora de almuerzo el restaurante acoge a los grupos.
Abierto todos los días de 18.30 a 23.30.
Aforo: 82 personas

PIANO BAR

Piano Bar ofrece un ambiente cálido e íntimo en el que puede disfrutar todos los días de música de piano en vivo. Aquí descansará después de un día completo, lleno de éxito. Amplia oferta de cócteles y bebidas alcohólicas.

SALA EXECUTIVE

Sala Executive está situada en la sexta planta del hotel. Es una excelente oportunidad de disfrutar de un desayuno privado con impresionantes vistas de Praga. Todos huéspedes alojados en la planta Executive tienen acceso libre a esta sala en la que tienen a lo largo de todo el día a su disposición aperitivos y bebidas sin alcohol.

Instalaciones deportivas y de tiempo libre

BEAUTY SPA, SORMEDIC STUDIO

Las instalaciones de lujo ofrecen la combinación de ejercicio y relajación, inlcuyendo sauna y jacuzzi. Para su completa satisfacción visite a nuestras esteticistas profesionales.

SALON DE PELUQUERIA
Visite a nuestros peluqueros profesionales que simplemente cuidarán de su estilo o se ocuparán de su cambio de peinado. Sólo utilizamos los productos de Revlon cosmetics.

CASINO

Ruleta americana, Black Jack, Máquinas de juego, Caribbean Stud Poker, Pontoon.
Horario: Domingo -Jueves: 18.00 - 04.00
Viernes - Sábado: 18.00 - 05.00

Salones de reuniones y conferencias

VELAZQUEZ I

Salón de reuniones más amplio si se une a Velázquez II.
Superficie: 95 m²
Dimensiones: 9,50 x 10,0 m
Aforo máximo: 90
Luz natural: sí

VELAZQUEZ II
Salón de reuniones más amplio si se une a Velázquez I.
Superficie: 115 m²
Dimensiones: 11,5 x 10,0 m
Aforo máximo: 115*
Luz natural: sí

VELAZQUEZ I & II
El salón de reuniones más amplio.
Superficie: 210 m²
Dimensiones: 21,0 x 10,0 m
Aforo máximo: 190*
Luz natural: sí

MURILLO
Salón de reuniones más pequeño.
Superficie: 32 m²
Dimensiones: 7,50 x 4,20 m
Aforo máximo: 30*
Luz natural: sí

GOYA
Salón junto al Restaurante Vltava, pueden comunicarse.
Superficie: 35 m²
Dimensiones: 7,0 x 5,0 m
Aforo máximo: 40*
Luz natural: no

PICASSO

Superficie: 135 m²
Dimensiones: 12,0 x 7,50 m
Aforo máximo: 130*
Luz natural: no

EL GRECO

Salón privado situado en la sexta planta, junto al Salón Executive. Disponible sólo para clientes alojados en la planta executive.
Superficie: 27 m²
Dimensiones: 4,0 x 6,80 m
Aforo máximo: 12
Luz natural: no

Hotel President
Nam. Curieovych 100 • 110 00 Praga • tel: +420 234 614 169/111 • fax: +420 234 614 117 • e-mail: reservations@hotelpresident.cz

Oferta de postgrados para el curso 2006-2007

Las escuelas de negocios se rinden a la logística

Cada vez más las empresas demandan técnicos cualificados y especialistas en logística, dada la importancia del control del flujo de mercancías en el resultado final del servicio al cliente. Las universidades y escuelas de negocio españolas hacen una firme apuesta para el nuevo curso.

Texto: **Carolina Iglesias**

La competitividad que rige el entorno económico actual obliga a que las empresas se esfuercen por potenciar un valor añadido que las distinga del resto y que, sobre todo, cumpla con las necesidades del cliente. En este sentido, la logística, entendida muy básicamente como la trayectoria del producto desde el proveedor hasta el cliente, se está convirtiendo en un punto clave en la estrategia de cualquier compañía y es determinante para ofrecer un servicio de calidad. La entrega puntual de la mercancía en perfectas condiciones es una máxima en las operaciones empresariales y en la relación con el consumidor.

Por otra parte, la mejora de las infraestructuras, terrestres y aeroportuarias, la creación de Zonas de Actividades Logísticas junto con la eliminación de fronteras en el territorio europeo y la implantación de una moneda común son circunstancias que han abierto la puerta de las oportunidades comerciales en otros países, lo que también ha contribuido al auge de este sector determinante para la actividad comercial de las empresas.

Por ello, muchas compañías optan por invertir en la gestión logística y optimizar la distribución de su producto, tanto a nivel de coste como de rapidez y agilidad. Las nuevas tecnologías, sobre todo en el campo de la información, constituyen el factor más importante para el crecimiento y desarrollo logístico, ya que un sistema de órdenes es el enlace entre la compañía, los proveedores y los clientes. Hoy por hoy la logística es fundamental en la gestión de una empresa moderna.

Muchas compañías apuestan por optimizar la distribución del producto

Motores económicos

Esta apuesta empresarial demanda profesionales especializados en el sector que conozcan todos los pasos que integran la cadena de suministro. Así lo demuestra un estudio realizado por la empresa Adecco, dedicada a la gestión de recursos humanos, y publicado el pasado mes de marzo, en el que se descubren las profesiones más demandadas por el mercado de trabajo para el presente año 2006. Tras haber analizado los perfiles más solicitados por sus 18.000 empresas clientes, destaca en la tercera posición del *ranking* la profesión de coordinador logístico. Para explicar este hecho, el estudio recurre a una entrevista con John Allan, consejero delegado para España de Exel, en la que se señala que el sector logístico crece en el país a un ritmo anual del 6%, empleando en la actualidad a más de 400.000 trabajadores.

El informe explica que motores de la economía nacional como el sector de la distribución, fabricantes de productos de consumo, el sector del automóvil o la industria farmacéutica crecen a buen ritmo y ven en la globalización y

Programas máster en logística 2

ADL - Asociación para el Desarrollo de la Logística

Máster en Logística Integral. Profesional. Supply Chain Management.
Precio: 6.900 euros
Duración: de octubre a junio - 325 horas lectivas +clases prácticas

Máster en Logística y Comercio Internacional
Precio: 6.600 euros
Duración: de octubre a julio- 360 horas lectivas + prácticas
Dirección: C/ Dr. López Trigo, 1, esc. 2, 2. 46111 Rocafort Valencia
Tel.: 96 131 15 09 - ***Fax:*** 96 131 18 56
Web: www.adl-logistica.org
e-mail: formacion@adl-logistica.org

CEDEX - Centro de Estudios de Puertos y Costas

Máster en Ingeniería de Puertos y Costas
Precio: 3.700 euros
Duración: de febrero a junio - 500 horas aprox.
Dirección: C/ Alfonso XII, 3 - 28014 Madrid
Tel.: 91 335 73 07/11/15 - ***Fax:*** 91 335 73 14
Web: www.cedex.es
e-mail: formacion@cedex.es

CEL - Centro Español de Logística

Certificación Europea en logística
Precio: Nivel Junior: 90 euros
Nivel Senior: 150 euros
Dirección: C/ Goya, 41, 2º Dcha - 28001 Madrid
Travessera de Gràcia, 15, 1º 1ª - 08021 Barcelona
Tel.: 91 781 14 70 / 93 201 05 55
Web: www.cel-logistica.org

Facultat de Nàutica de Barcelona

Máster en Derecho y Negocio Marítimo y Gestión Portuaria (Shipping Business)
Comienzo: octubre - 500 horas
Dirección: Pla de Palau, 18 - 08003 Barcelona
Tel.: 93 401 77 95 - ***Fax:*** 93 401 79 10
Web: www.fnb.upc.es
e-mail: conchi@fnb.upc.es

Fundación ICIL. Instituto para el Desarrollo e Investigación Logística

Máster en Logística Integral
Precio: 8.000 euros
Comienzo: octubre - 450 horas
Dirección: Edificio EL FAR - c/Escar 6-8 - 08039 Barcelona / c/Orense, 10, 2ª planta, puerta 11 - 28020 Madrid
Tel.: 93 225 61 02/ 91 417 65 83 - ***Fax:*** 93 225 61 08/91 417 65 84
Web: www.icil.org
e-mail: madrid@icil.org / barcelona@icil.org

IDEC - Institut D'Educació Continua de la Universitat Pompeu Fabra

Máster en Dirección Logística Integrada
Precio: 7.860 euros
Duración: de octubre a julio - 450 horas
Dirección: C/ Balmes, 132 - 08008 Barcelona
Tel.: 93 542 18 00 - ***Fax:*** 93 542 18 08
Web: www.upf.es/idec
e-mail: info@idec.upf.edu

Fundación Valenciaport

Máster en Gestión Portuaria y Transporte Intermodal
Precio: 10.000 euros
Duración: de octubre a junio - 500 horas aprox.
Dirección: Edif. del Reloj, Muelle del Grao, s/n - 46024 Valencia
Tel.: 96 393 94 00 - ***Fax:*** 96 393 94 09
Web: www.fundacion.valenciaport.com
e-mail: info@fundacion.valenciaport.com

IME - Instituto Marítimo Español

Máster en Negocio y Derecho Marítimo
Precio: 11.300 euros
Duración: de octubre a junio - 500 horas
Máster en Gestión de Marinas y Turismo Naútico
Precio: 6.000 euros
Duración: de noviembre a junio - 500 horas
Dirección: C/ Jorge Juan 19, 1° dcha. - 28001 Madrid
Tel.: 915 774 025 - ***Fax:*** 915 757 341
Web: www.ime.es
e-mail: info@ime.es

Universidad Antonio Nebrija

Máster Executive MBA en Dirección de Empresas Logísticas
Precio: 12.490 euros
Duración: de febrero a febrero
Duración: Campus de la Dehesa de la Villa C/ Pirineos, 55- 28040 (Madrid)
Tel.: 91 452 11 01/00 - ***Fax:*** 91 452 11 11
Web: www.nebrija.com
e-mail: postgrado@nebrija.es

Universidad de Cádiz

Máster en Administración y Gestión Marítimo-Portuaria
Duración: de octubre a junio
Tel.: Algeciras: 956 630 571 / 676 810 841
Cadiz: 956 016 032 / 670 945 724
Web: http://www2.uca.es/facultad/nauticas/Master/mgpprincipal.htm
e-mail: escuela.master@uca.es / decanato.nautica@uca.es

Instituto Vasco de Logística

Curso de Logística Integral
Duración: de octubre a junio - 280 horas
Dirección: Bikakobo-Aparcabisa Edificio de oficinas, 2º F 48510 Trapagaran (Bizkaia)
Tel.: 94 438 71 94 - ***Fax:*** 94 478 17 93
Web: www.ivlogistica.info
e-mail: ivl@euskalnet.net

Universitat Oberta de Catalunya - UOC

Máster en Dirección Logística integral
Precio: 1.900 euros
Duración: 1 año desde noviembre - 270 horas
Dirección: Avda. Tibidabo 39-43 08035 Barcelona
Tel.: 902 372 373
Web: www.uoc.es

Zaragoza Logistics Center

Máster de Logística de la Universidad de Zaragoza
Precio: 8.000 euros
Duración: de septiembre a septiembre
MIT. Zaragoza Master of Engineering in Logistics and Supply Chain Management
Precio: 18.000 euros
Duración: de agosto a mayo
Dirección: Avda. Gómez Laguna, 25, 1ª planta - 50009 Zaragoza
Tel.: 976 077 600 - ***Fax:*** 976 077 601
Web: www.zaragozalogistics.com
e-mail: info@zlc.edu.es

UPC - Fundació Universitat Politécnica de Catalunya

Máster Executive en Supply Chain Management
Precio: 8.200 euros
Duración: de octubre a julio - 450 horas
Dirección: Edificio Vértex, Pl. Eusebi Güell, 6 - 08034 Barcelona
Tel.: 93 401 25 55 - ***Fax:*** 93 401 77 57
Web: www.fundacio.upc.edu
e-mail: info.general@fundacio.upc.edu

Instituto Séneca

Máster en Dirección Logística
Máster en Logística Integral
Dirección : c/Velázquez, 80 - 1º - 28001 Madrid
Tel.: 91 577 02 65 Fax: 91 577 14 56
Web: www.instituto-seneca.edu/
e-mail: info@instituto-seneca.edu

Centro de Estudios Superiores Kühnel

Máster en Logística
Duración: de octubre a julio - 450 horas
Dirección: Paseo Sagasta, 32 - 50008 Zaragoza
Tel.: 976 213 805
Web: www.kuhnel.es
e-mail: info@kuhnel.es

Universidad de Oviedo

Máster en Transporte y Gestión Logística
Precio: 9.400 euros
Duración: de octubre a septiembre de 2008 - 1.250 horas
Dirección: C/.Plaza de Riego s/n Ed. Historico, 2ª planta - 33003 Oviedo
Tel.: 985 10 3938 / 3345 - Fax: 985 10 4024
Web: www.uniovi.es
e-mail: vicepostgrado@rectorado.uniovi.es

Universidad de Valencia

Máster en Derecho Marítimo
Precio: 7.500 euros
Duración: de octubre a julio
Dirección: Avda. Blasco Ibáñez, 13 - 46010 Valencia
Tel.: 963 983 006 - Fax: 963 864 977
Web: www.uv.es
e-mail: postgrau@uv.es

Universidad Pontificia Comillas

Máster en Logística Integral
Precio: 11.300 euros
Duración: 500 horas
Dirección: Rey Francisco, 4 - 28008 Madrid
Tel.: 91 559 20 00 - Fax: 91 542 34 53
Web: www.upcomillas.es/postgrado
e-mail: infoadmisiones@ip.upco.es

Universidad de Cantabria

Máster en Comercio, Transportes y Comunicaciones
Precio: 7.500 euros
Duración: de octubre a julio
Dirección: Avda. Blasco Ibáñez, 13 - 46010 Valencia
Tel.: 963 983 006 - Fax: 963 864 977
Web: www.uv.es
e-mail: postgrau@uv.es

Nota: Algunos de los datos ofrecidos para el curso 2006-2007 son susceptibles de cambio.

la expansión internacional una estrategia de negocio que requieren los servicios de las compañías y departamentos logísticos.
Es una demanda que ha aumentado de manera considerable en el panorama formativo español en los últimos años y que continúa creciendo, lo que contribuye a que prolifere la oferta de postgrados dedicados al sector logístico por todo el territorio español. Así, este tipo de programas dejan de ser específicos de las plazas portuarias o marítimas para pasar a ser una importante baza en el proyecto de toda empresa española y en el futuro laboral de cualquier estudiante o profesional.

Reconocimientos

Son muchas las materias que se imparten en un máster de logística. A pesar de parecer una actividad empresarial muy concreta, abarca múltiples funciones que, además, no se ciñen a un determinado segmento económico. El manejo de la documentación pertinente, la toma de decisiones en un proceso logístico, las especifidades de cada vía de transporte y la búsqueda de la intermodalidad, el uso de las nuevas tecnologías de la información o el impacto de la logística en el comercio internacional son sólo algunos ejemplos de los conocimientos que se adquieren un un programa de postgrado de estas características.
El periódico El Mundo acaba de publicar un *ranking* que, por tercer año consecutivo, valora la formación de postgrado nacional y que surge como respuesta ante la demanda de formación continua que existe entre los profesionales y ante la enorme proliferación de cursos en el mercado.
Para seleccionarlos se han tenido en cuenta 26 criterios, tal y como explica la publicación, así como opiniones de profesores de los diferentes cursos que participan. En total, se han valorado más de 1.000 cursos, para una selección final de 250.
Los criterios que se han seguido se correspondían con las áreas de Recursos Humanos, Plan de Estudios, Resultados y Medios Materiales.
Entre las diferentes materias que se estudiaron, el periódico dedicó un apartado a los contenidos logísticos y destacó los máster de las Universidades de Oviedo y Cantabria y los programas de la Fundación ICIL en Barcelona y de la Pontificia de Comillas en Madrid.
En España existe una oferta de calidad en formación logística y son muchos los centros especializados en el sector. No hay duda de que la gestión de la cadena de suministro se está convirtiendo en nuestro país en una de las principales herramientas de competitividad empresarial, y por ende, de futuro profesional.

La expansión internacional es una estrategia de negocio que requiere los servicios de las compañías logísticas

ENTREVISTA JAVIER KÜHNEL,

Director del Centro de Estudios Superiores Kühnel

“La logística es uno de los departamentos más importantes de una empresa”

Texto: C. I.

La situación estratégica de la Comunidad de Aragón y, en concreto, de la ciudad de Zaragoza, ha logrado que tanto la administración como la iniciativa privada apuesten de manera unánime por el desarrollo logístico. Esta postura ha atraido importantes inversiones a la región que demandan profesionales cualificados y especializados en el sector. En respuesta a esta creciente demanda, Kühnel presenta la séptima edición de su Máster en Logística, con el objetivo de preparar a futuros profesionales que cumplan las expectativas del actual entorno empresarial.

- ¿Cuáles son las características del máster?

Este máster sigue las pautas de la formación de postgrado y tiene un enfoque eminentemente práctico. Los alumnos son tanto recién licenciados, como profesionales que quieren ampliar conocimientos. Así, un requisito indispensable para poder impartir formación en este máster es que el ponente sea un trabajador en activo y que ocupe un puesto de responsabilidad. Así garantizamos la capacidad técnica del profesor y conseguimos que se transmita información del día a día de la empresa.

- ¿Cuál es la relación de Kühnel con la empresa?

Tenemos relación con más de 1.500 empresas de todos los niveles y de todas las nacionalidades. Trabajamos con multinacionales y con empresas familiares.

El prestigio de los máster viene determinado por el desarrollo profesional de los alumnos que lo terminan o de aquéllos que han conseguido un puesto de trabajo mejor. La empresa nos suministra alumnos y nosotros les suministramos técnicos preparados.

“Lo más importante de una empresa es su capital humano”

Todos los alumnos del máster hacen prácticas en empresas durante seis meses. Es, para mí, la parte más importante del programa y una de las más mimadas. Nos ocupamos de que nuestro alumno sea una persona más dentro del departamento de la empresa. Afortunadamente, muchas de estás prácticas terminan creando puestos de trabajos, lo que constituye un éxito para nuestro máster.

- Siendo la séptima promoción del máster, ¿qué valoración o balance podría hacer de esta trayectoria?

Hay dos valoraciones muy importantes. Una de ellas es la que ha dado continuidad al máster. Por otro lado, el número de alumnos, que oscila entre los 15 y 20, se ha mantenido siempre uniforme. Sobre todo estamos muy satisfechos de la calidad del alumno. En un 60%, los alumnos proceden de empresas y en un 40% son recién licenciados. Si la empresa está apostando por llevar a sus profesionales al máster es muy buena señal.

- Hoy por hoy, y dada la gran competitividad que existe en el mundo laboral, ¿el sector logístico es una buena opción a la hora de dirigir o definir la carrera profesional?

El mundo de la logística se encuentra en todo tipo de empresas y se puede cambiar de sector sin que cambie la operativa.

La logística es uno de los departamentos más importantes dentro de una empresa. Es un centro de costes y la optimización del producto es fundamental para la supervivencia de los productos.

- Las empresas españolas nunca se han caracterizado por valorar y fomentar la formación *in company*, ¿cree que esta tendencia está cambiando?

Sí y esto deriva de la madurez empresarial que viene viviendo el país. Hoy en día, dentro del entorno tan competitivo en el que nos movemos está claro que es fundamental la formación de los trabajadores. Lo más importante de una empresa es el capital humano.

20 años de España en la Unión Europea

Autores: **Sonia Piedrafita, Federico Steinberg, José Ignacio Torreblanca**
Editorial: **Real Instituto Elcano**

El libro tiene como objetivo ofrecer un balance de las transformaciones económicas, sociales y políticas experimentadas por España a raíz de su adhesión a la (entonces) Comunidad Europea en 1986.
El libro consta de tres partes diferenciadas: la primera dedicada a la modernización económica del país; la segunda centrada en los grandes cambios sociales y demográficos; y la tercera que examina las transformaciones políticas, tanto en el ámbito nacional como internacional.

10 pasos para aumentar su rentabilidad

Autor: **Roldán González de las Cuevas, Luis**
Editorial: **Diaz de Santos**
Páginas: **160**

En toda empresa, cualquiera que sea su tamaño o sector de actividad, que fabrique productos, se dedique al comercio o brinde servicios, se presenta tarde o temprano, y últimamente más temprano que tarde, la necesidad de bajar costes y ser más competitivos a la vez.
El consumidor es más exigente; el valor añadido que con frecuencia tanto cuesta a las empresas conseguir en un mercado crecientemente competitivo, deja de ser tal muy rápidamente para pasar a ser simplemente algo esperado por el consumidor.

¿QUÉ TE QUEDA POR DESCUBRIR?
CONTINÚA APRENDIENDO.

idEC
UNIVERSITAT POMPEU FABRA

MÁSTER EN NEGOCIOS INTERNACIONALES
Calendario: ediciones presenciales, octubre 2006-junio 2007 y enero-junio 2007
www.idec.upf.edu/mibal

Calendario: edición *on line*, septiembre 2006-febrero 2008
www.idec.upf.edu/mibol

Programas realizados junto con: ORLA, Observatorio de las Relaciones con Latinoamérica de la Universidad Pompeu Fabra.

MÁSTER EN DIRECCIÓN LOGÍSTICA INTEGRADA
Formar expertos que tengan una visión generalista de la logística, que les permita solucionar problemas organizativos y de gestión que surgen en las empresas en un entorno cada vez más competitivo y globalizado.

Calendario: octubre 2006-julio 2007
www.idec.upf.edu/mle

Para informarte o inscribirte
IDEC-Universitat Pompeu Fabra
Balmes, 132 - 08008 Barcelona
info@idec.upf.edu - Tel. +34 93 542 18 50
www.idec.upf.edu

Técnicas de relajación para ejecutivos

ExpresArte es un gabinete de formación que desde hace ocho años, imparte clases empleando técnicas de respiración, relajación y teatrales para mejorar las habilidades de comunicación de los directivos. El gabinete lanza este año un nuevo módulo para aprender a gestionar y controlar la comunicación en situaciones conflictivas.

Foro de Directivos de Esic y Atlantic University

El Foro de Directivos que presenta el Área de Executive Education de ESIC y la Florida Atlantic Univertity (FAU), en colaboración con el Ayuntamiento de Pozuelo de Alarcón, DELL Computer y el diario económico Cinco Días, se desarrollará durante los próximos 10, 11, 17 y 18 de julio, y nace con la vocación de convertirse en el punto de encuentro de los directivos de empresas nacionales e internacionales ubicadas en nuestro país.

Guía de Cursos de Verano 2006

El portal de información especializado en formación de postgrado, mastermas.com, ha lanzado la web *www.cursos-de-verano.com*, con la oferta académica más destacable del verano. La nuevaguía *online* cuenta con un oferta de al menos 4.000 cursos, 240 escuelas y más de 11.000 becas.

La EAE lanza Becas de Desarrollo Internacional

La EAE, Escuela de Administración de Empresas, adscrita a la Universidad Politécnica de Cataluña, inaugura para el próximo curso un nuevo programa, Becas de Desarrollo Internacional, exclusivo para alumnos que deseen cursar el programa Internacional MBA.

Llega UDIMA, la tercera universidad española a distancia

El CEF (Centro de Estudios Financieros) lidera el proyecto de UDIMA, la tercera universidad privada a distancia de España, que tendrá su campus en Collado-Villalba. Este proyecto aprobado el 8 de junio comenzará su curso académico en el año 2007 y cuenta con un presupuesto inicial de ocho millones de euros.

Las carreras que se impartirán en un comienzo son Derecho, Administración y Dirección de Empresas, Psicología, Turismo y Ciencias del Trabajo. Se prevé que para el curso 2008/2009 se incorporen otras titulaciones en su oferta universitaria, tales como Ingeniería Informática, Historia y Ciencias de la Comunicación.

De igual modo que se aumentan las carreras ofertadas, se prevé así un aumento de alumnos matriculados en los cinco primeros años hasta superar los 5.000 inscritos.

Según afirmó Luis Enrique de la Villa, rector de UDIMA, "toda la actividad formativa de la Universidad está concebida con un propósito: prestar el mejor servicio al alumno".

Presentación de UDIMA en su rueda de prensa.

Patrocinio de élite para el Máster de Derecho Marítimo en Valencia

El próximo mes de octubre comenzará la cuarta edición del Máster de Derecho Marítimo que imparte la Universidad de Valencia con la colaboración de la Autoridad Portuaria de Valencia y el patrocinio, entre otros, de Grimaldi Group, Marmedsa Group, Hanjin, Bergé y Cia, China Shipping, Remolcadores Boluda, Transunión, etc.

Este curso va dirigido a los profesionales con experiencia en el sector marítimo, y a licenciados o diplomados. Entre los profesores que impartirán clases se encuentran Rafael Del Moral, presidente de la Fundación Valenciaport; o Rafael Soler, delegado de Levante de Marmedsa, y numerosos juristas y agentes de aduanas con amplia experiencia en el sector.

Entre las materias que se impartirán se encuentra el Derecho Público Marítimo, Sujetos de la Navegación, Contratos de Explotación, modalidades de Seguro Marítimo, además de dar un repaso a otros tipos de transporte y su relación con el marítimo.

CEU-San Pablo y la perspectiva multidisciplinar de las relaciones internacionales

El Instituto de Estudios Europeos, centro de investigación superior de la Universidad San Pablo-CEU, presenta la cuarta edición de su Máster en Relaciones Internacionales.
El objetivo del máster es proporcionar al alumno una formación específica en el funcionamiento de las actividades que se desarrollan en el ámbito internacional. La variedad de las asignaturas y sus contenidos permite obtener un mayor conocimiento y comprensión de las relaciones económicas, políticas y jurídicas de nuestro tiempo, desde una perspectiva interdisciplinar.
El máster atiende a la necesidad de constante renovación que experimenta el mercado laboral.

Nuevo programa de postgrado interuniversitario

La Universidad de Deusto, la Universidad Pontificia Comillas-ICAI-ICADE y ESADE-Universitat Ramón Llull se unen por primera vez para impartir el nuevo Programa Oficial de Postgrado Interuniversitario en Derecho de la Empresa.
Esta unión de las tres universidades coincide con el proceso de desarrollo del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). Las tres instituciones educativas están vinculadas a la Compañía de Jesús e imparten un programa conjunto, al igual que la emisión de los títulos de master y doctorados.
Los rectores de las universidades presentaron en Madrid el programa oficial de postgrado y en el transcurso del acto firmaron el convenio interuniversitario entre los tres centros.

La demanda se decanta por la formación *online*

El Instituto Universitario de Postgrado (IUP), constituido por Santillana Formación, la Universidad de Alicante, la Universidad Autónoma de Barcelona y la Universidad Carlos III de Madrid, acaba de presentar un minucioso estudio sobre las tendencias, aprendizaje, preferencias y perfil de los demandantes de formación *on-line* de postgrado, además, haciendo hincapié en los programa MBA en español.
Las conclusiones del informe apuntan a que la demanda de programas de postgrado presenciales y a tiempo completo ha sufrido un retroceso durante los últimos años, derivándose hacia los programas ejecutivos y la formación a distancia, sobre todo a través de Internet.

“españa, technology

España es la octava mayor economía del mundo, con el 2,53% del PIB total mundial. El Plan de Internacionalización de la Tecnología pretende sensibilizar a los mercados potenciales sobre la solidez de la oferta tecnológica española para ajustar nuestra imagen a esta realidad económica.

Texto: **Eva Chaparro**

Mira el cielo. 3 de cada 5 vuelos en el mundo llegan a su destino siguiendo las instrucciones de un programa de control de tráfico aéreo desarrollado por empresas españolas con tecnología “Made in Spain”.

Mira tu coche. ¿Sabías que no existe prácticamente ningún coche fabricado en Europa que no lleve algún componente hecho en España?. La industria de componentes para automoción de España, con 5 de las mejoras empresas de Europa, es de las más dinámicas del mundo.

Mira el tren que usas todos los días. Es muy probable que haya sido fabricado por empresas españolas, responsables, entre muchos otros proyectos, del Heathrow Express (Reino Unido), del Airport Express Line (Hong Kong) o del AMTRAK Cascades (Estados Unidos).

La tecnología de España está aquí, que no la veas no significa que no

El Gobierno destinará 100 millones para exportar la tecnología española

for live”

exista. Bajo el lema **“España, *Technology for live”***, el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio pretende colocar la imagen de la tecnología española a la altura de los éxitos de nuestras empresas. En palabras del secretario de Estado de Turismo y Comercio, Pedro Mejía, “ésta no se ajusta a la realidad” a pesar del liderazgo de las compañías españolas en múltiples ámbitos. Para ello, el Gobierno español ha diseñado un Plan de Internacionalización de la Tecnología 2005-2007, desarrollado por el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), al que destinará 100 millones de euros, que se distribuyen entre instrumentos de promoción, comunicación y formación que apoyarán el esfuerzo exportador de cerca de 2.600 empresas españolas agrupadas en cuatro grandes sectores: infraestructuras, energía y medioambiente, tecnología industrial y telecomunicaciones y tecnologías de la información.

En concreto, el ICEX destinó a esta iniciativa el pasado año 31 millones de euros, a los que se unieron otros 12 adicionales aportados por las propias empresas. Así, el Plan estará dotado hasta 2007 con al menos 69 millones, a los que podrán unirse nuevas aportaciones privadas.

España, potencia mundial en energías renovables

Según el índice de atractivo de energía renovable que elabora la consultora Ernst & Young, España se sitúa, por segundo año consecutivo, como el país más atractivo del mundo en energía eólica. Actualmente, nuestro país representa aproximadamente el 23,6% de la fabricación mundial de turbinas. Así, Gamesa Eólica saltó de la tercera a la segunda posición mundial en 2004 con 1.474 MW, equivalentes al 18,1% de la potencia eólica instalada del mundo.

Además, España cuenta con un brillante futuro en energía solar. Las muchas horas de insolación de las que disfrutan muchas de nuestras regiones han convertido a nuestro país en toda una potencia mundial dentro de la industria fotovoltaica. Cuenta con una sólida base de fabricación y exportación que incluye no sólo a los fabricantes de células y paneles fotovoltaicos, sino también a los invertidores de corriente y de componentes de sistemas. Un ejemplo de este éxito es la Plataforma Solar de Almería (PSA), propiedad del CIEMAT, el Centro de Investigaciones Energéticas español, que hoy es el mayor centro europeo de ensayos de aplicaciones industriales de tecnologías de concentración solar.

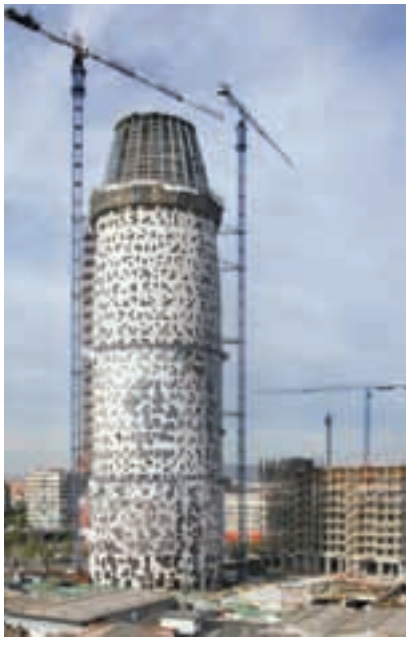
Se prevé que el mercado para el suministro de esta energía crecerá de forma destacada en la próxima década. De hecho, importantes empresas, como Abengoa, ACS e Iberdrola prevén invertir unos 1.000 millones de dólares (unos 840 millones de euros) durante los próximos tres años en la construcción de centrales de energía solar. Cada una de éstas generará energía suficiente para abastecer a 50.000 hogares.

También se están desarrollando proyectos de desalinización que aprovechan la energía eólica generada en plataformas flotantes frente a la costa mediterránea o iniciativas de I+D para producir hidrógeno limpio a partir de una fuente renovable como es la eólica. La isla canaria de Hierro es pionera en estos proyectos. Su comunidad se abastece exclusivamente de energía reutilizable, gracias a una planta de generación de energía eólica e hidroeléctrica que sirve también para dasalinizar agua marina.

La ingeniería española, lista para el futuro

El ingenio de los arquitectos españoles se ve acompañado del buen hacer de las empresas españolas

España se sitúa como el país más atractivo del mundo en energía eólica



Torre Agbar, de Barcelona.

de construcción e ingeniería, que abordan cada día el gran reto de superar las crecientes complejidades que entrañan los trabajos de arquitectura mundialmente famosos, como el suministro de los vanos de aproximación al puente atirantado del Óresund Link que une Dinamarca y Suecia, la construcción del dique flotante más grande del mundo para el puerto de Mónaco o la perforación del quinto túnel más largo del mundo para una autovía de alta velocidad en la sierra española de Guadarrama.

La fama de la ingeniería española también se reconoce en los distintos *ránking*s del sector. Según Public Works Financing, la revista líder, seis empresas españolas se contaban en 2004 entre las 10 principales compañías de gestión de infraestructuras privadas del mundo: ACS (1ª), Ferrovial (4ª), Sacyr (5ª), Abertis, FCC y OHL.

Esta expansión ha convertido a España en uno de los países líderes en el uso de sociedades innovadoras de participación público-privada (PPP) para financiar estos proyectos.

Líderes en máquinas-herramienta

Comenzamos a utilizar la maquinaria textil en 1784, y hoy, nuestra economía se cuenta entre las primeras en varias industrias. Las innovaciones y tecnologías españolas han convertido a nuestro país en el tercer fabricante de máquinas-herramienta y vehículos de motor de la Unión Europea, y un fuerte competidor en maquinaria de embalaje y construcción. Multinacionales como Coca-Cola y Pepsico han sabido aprovechar estos avances tecnológicos y han incorporado clasificadores de alta velocidad españoles a sus plantas de embotellado.

Las tecnología española también ocupa posiciones de liderazgo dentro de la industria aeroespacial. Esta tradición ha permitido que España sea uno de los países que participe activamente en el programa del superjumbo Airbus 380, aportando tecnologías locales innovadoras como estructuras complejas de fibra de carbono y otros materiales compuestos. Además, la compañía americana Boeing ha confiado en el *Know-how* de nuestra industria para diseñar la estructura del nuevo 747 Large Cargo Freighter y haelegido Madrid como sede de su Centro de Investigación y Desarrollo, el primero de su clase fuera de Estados Unidos.

Proyecto español "Casa solar autosuficiente", en Washington. (Octubre 2005)

La industria biotecnológica ha crecido un 350% en los últimos cuatro años

España, abierta a la biotecnología

La industria biotecnológica en España ha crecido un 350% en los últimos cuatro años. De hecho, la inversión en I+D en este campo creció el 7,6% en el periodo 1998-2003, frente al promedio del 4% del conjunto de la Unión Europea. El centro de referencia sobre información biotecnológica en Europa, el Observatorio Europeo de Biotecnología, está ubicado en el Parque Científico de Barcelona. Especialmente destacado es nuestro protagonismo en biomedicina. En España, se están llevando a cabo cuatro proyectos pioneros sobre células madre. Entre ellos, uno dirigido por Bernat Soria, diseñado para crear tejido pancreático capaz de secretar insulina para tratar la diebetes.

Éstos son sólo algunos de los ejemplos de la tecnología española fuera de nuestras fronteras. Pero hay muchos más. Porque donde prospera la innovación prosperarán las empresas globales de éxito del S. XXI.

La marca, un símbolo que sugiere energía y movimiento, y una frase que se inspira en los atributos característicos de la tecnología de España. Recoge dos mensajes:
El primero se relaciona con la naturaleza sostenible de la oferta. Significa contar con soluciones comprometidas con la vida del mañana y refuerza la posición de España como una de las potencias mundiales en los sectores de agua o energías renovables.
El segundo confirma los atributos relacionados con la calidad y durabilidad y abarca campos como el de infraestructuras del transporte, maquinaria industrial, telecomunicaciones o automoción.

El Gobierno subvenciona proyectos de I+D

El ministro de Industria, Turismo y Comercio, José Montilla, y la ministra de Educación y Ciencia, Mercedes Cabrera, presentaron los 16 grandes proyectos de I+D que fueron aprobados el pasado marzo en la primera convocatoria de la iniciativa Consorcios Estratégicos Nacionales en Investigación Técnica (CENIT), enmarcada en el Programa Ingenio 2010.

Entre los objetivos fundamentales, el CENIT persigue un "salto cualitativo" en la colaboración en I+D entre centros de investigación y empresas, con una subvención pública de 200 millones de euros y unos recursos movilizados de 429 millones de euros en total, lo que supone una media de 26,8 millones por proyecto. Además, en estos trabajos participarán 170 empresas y más de 200 grupos de investigación, con un esfuerzo equivalente a 864 investigadores a jornada completa.

Todos los proyectos seleccionados se caracterizan por su gran dimensión y largo alcance científico-técnico y están orientados a una investigación planificada en áreas tecnológicas de futuro y con fuerte proyección internacional.

Los ministros José Montilla y Mercedes Cabrera, durante la presentación de los proyectos.

Los 16 proyectos -relacionados con las áreas de biomedicina, tecnologías de la información y de las comunicaciones, medio ambiente, energía, tecnologías de la producción, transporte, materiales, agroalimentación y seguridad- permitirán generar nuevos conocimientos que serán de utilidad para impulsar la creación de nuevos productos, procesos o servicios y para la integración de tecnologías de interés estratégico para España.

Del total de las empresas participantes, el 52% son pymes y el resto grandes empresas: Acciona Infraestructuras, CAF, Endesa Generación, Gamesa Eólica, Genius Pharma, Grupo Antolín, Indra Sistemas, La Morella Nuts, Nicolás Correa, Oncnosis Pharma, Pharmamar, Repsol YPF, SEAT, Soluziona, Suinsa Medical System y Urbaser.

Las medianas empresas confían en las TI para crecer

Las medianas empresas españolas apuestan por un crecimiento orgánico pero deben enfrentarse a una serie de desafíos coyunturales. Para hacerles frente, las Tecnologías de la Información se erigen como elemento clave para sobrevivir en un mercado cada vez más concentrado por las grandes corporaciones. Ésta es una de las conclusiones del estudio realizado por The Economist Intelligence Unit para SAP a nivel mundial.

Entre los desafíos a los que tienen que hacer frente mencionan la saturación del mercado, la presión sobre los precios, la reducción de márgenes, el coste de las materias primas y el empleo. Además, un 65% de los manifiestan que el Gobierno debería mejorar los incentivos fiscales para apoyar las inversiones.

Respecto al papel que juegan las TI en las compañías, la opción más elegidas, con un 74% de respuestas fue que son críticas para mantener la flexibilidad de las operaciones de negocio. La segunda opción, con el 71%, es que resultan fundamentales para poder innovar continuamente, mientras que en tercer lugar, con el 55%, aparece que son críticas para la capacidad de crecimiento de la empresa y fundamentales para lograr una ventaja competitiva.

Entre las barreras que ven las empresas para invertir en TI, la respuesta más señalada, con un 52%, es el coste de las soluciones y las implantaciones. La segunda, con un 36% ha sido que tienen otras prioridades de negocio.

Repsol se une a la moda Wi-Fi

Repsol YPF firmó un acuerdo con la compañía tecnológica Accesos Web Alternativos (AWA) para el lanzamiento de un servicio de conexión a Internet mediante Wi-Fi, que estará disponible en 500 estaciones de servicio de Repsol, Campsa y Petronor y se espera ampliar a toda la red a finales de año.

Este servicio permitirá a los usuarios de las estaciones operar a través de Internet desde dispositivos como ordenadores de vehículos, portátiles, PDA's o videoconsolas sin necesidad de estar conectado por cable a ningún otro dispositivo.

El futuro será móvil

Los smartphones y la tecnología Wi-Fi liderarán la movilidad empresarial en el 2010, según el estudio "El mundo móvil en el trabajo", de la consultora tecnológica Avanade.

Los encuestados perciben que el principal beneficio empresarial de una infraestructura tecnológica y de negocio más flexible y móvil es el aumento de la eficacia y la productividad del empleado.

Células solares

El fabricante japonés de productos electrónicos Sanyo invertirá más de 350 millones de dólares en su únidad de células solares en los próximos cinco años, para hacer frente a la creciente demanda de energía renovable.

Sanyo estima que la demanda mundial de energía solar se doblará con creces, hasta 4 gigavatios para 2010, ayudado por los subsidios gubernamentales.

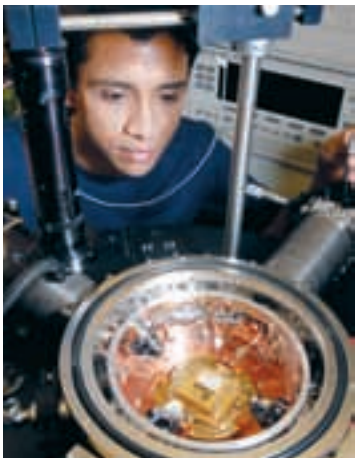
El UMTS despega

Telefónica Móviles espera que el despliegue de la telefonía móvil de tercera generación (UMTS) impulse su crecimiento en España en los próximos años.

La compañía señaló que invertirá 1.200 millones de euros en los próximos años en UMTS y que espera que en 2009 el 60% de los clientes en España tengan terminales móviles 3G, con acceso rápido a Internet.

IBM desarrolla un transistor que alcanza los 500 Gigahertzios

La compañía informática IBM ha desarrollado un transistor que funciona 100 veces más rápido que los chips actuales, un avance que podría allanar el camino hacia la creación de ordenadores y redes inalámbricas ultrarápidas, según señaló el gigante informático.



Los transistores son los elementos principales de los procesadores que se encuentran en casi todos los dispositivos electrónicos, desde los superordenadores a los reproductores portátiles de música digital. IBM ha logrado alcanzar velocidades récord con este componente usando germanio junto al silicio con el que se fabrica habitualmente.

El transistor desarrollado por IBM alcanzó una velocidad de 500 Gigahertzios, lo que significa que es 100 veces más rápido que cualquier chip incluido en el ordenador más potente a la venta hoy en día. Esta velocidad sólo se alcanzó cuando la temperatura del transistor se situó en el cero absoluto, si se sitúa a temperatura ambiente el dispositivo funcionaría a 300 Gigahertzios.

Créditos oficiales para apoyar las exportaciones tecnológicas

El Gobierno tiene previsto lanzar un plan específico de promoción de los sectores de tecnología media-alta, que incluirá nuevas facilidades financieras de apoyo a la internacionalización de estas empresas para que comercialicen bienes de alto contenido tecnológico, según señaló el Ejecutivo en el Parlamento.

El plan abarcará distintas medidas como la promoción, formación, comunicación, información y facilidades financieras para ayudar a estas empresas a exportar sus productos, con el fin de aumentar el peso de la exportación de los sectores de tecnología alta y medio-alta.

Este conjunto de medidas, que se unirán al Plan de Marcas que apoya las inversiones de las empresas en el exterior y a los Planes Multisectoriales, servirán para paliar los "condicionantes negativos" que afectan al sector exterior y para corregir los desequilibrios a medio y largo plazo, en opinión del Gobierno.

El plan de promoción de los sectores de alta tecnología se estructuran en tres bloques: las medidas tendentes a mejorar la competitividad, las que favorecen la internacionalización de las empresasy las dirigidas a mejorar la evolución del déficit comercial.

NOVEDAD EN FINANZAS

Enero 2006

Febrero 2006

Marzo 2006

Abril 2006

Con la garantía de:

Instituto Superior de Técnicas y Prácticas Bancarias

La revista de finanzas & Banca

Los que están en la cumbre nos leen

ÚLTIMO NÚMERO

¡Peligro! ¡Hipotecas!

Pida un ejemplar GRATIS al 914062030

Sevilla y Madrid acogen las obras cumbre del Capodimonte

Texto: **CTA**

Del 8 de junio al 10 de septiembre se pueden contemplar 54 magníficas obras en el Museo de Bellas Artes de Sevilla. Todas ellas pertenecen al Museo de Capodimonte (Italia) y han sido meticulosamente seleccionadas por el comisario de la exposición y superintendente de dicho museo, Nicola Spinosa, entre un fondo museístico de más de 12.000 piezas.

Ribera, Mantenga, Van Dyck, Luca Giordano, El Greco...son algunos de los autores representados y, como el comisario apunta, ha sido una selección que representa todas las colecciones históricas que posee el museo: la colección Farnese, la Borbónica, Los Saboya, Los Borgia, la Escuela Toscana y la Escuela Veneciana.

Pero lejos de hacer un listado de autorías y escuelas, nos detenemos ante una de las obras allí expuestas. Cualquiera de ellas podría haber sido motivo de estas líneas, pues todas ellas son obras maestras. Es un cuadro de Luca Giordano, "El banquete de Herodes", en él se representa una escena trágica con un tratamiento muy barroco, ostentoso y con tendencia al gusto veneciano. Salomé muestra en una bandeja de plata la cabeza decapitada de S. Juan Bautista a Herodes. Es una composición circular con un tratamiento de las telas, textura y colores muy al gusto veneciano, enmarcado en una galería de columnas que hacen las veces de escenario.

He elegido este lienzo porque Giordano, que no es tan popularmente conocido como otros representados aunque napolitano de nacimiento, tuvo una gran difusión por todas las cortes italianas y posteriormente trabajó para Carlos II, en España, donde pintó frescos en El Escorial.

Lucrezia e Tarquino de Luca Giordano.

Aquí le apodamos como Lucas Jordán, aunque también se le conocía como Luca fa Presto, por la rapidez con que pintaba.

El Barroco posiblemente es el movimiento mejor representado en la exposición, aunque las obras que podemos ver se encuentran enclavadas en un periodo de tiempo entre el Renacimiento y el siglo XVIII.

Las obras elegidas correspoden al período entre el Renacimiento y el siglo XVIII

El origen del Museo de Capodimonte arranca cuando la familia Farnese, una de las más importantes de Italia en el S. XVI, comienza la colección. Aunque no fue considerado como un museo hasta que Carlos de Borbón ordenó mostrar sus obras en un palacete o residencia real que poseía en la colina napolitana de Capodimonte.

Esta magnífica muestra nos da un respiro en el panorama expositivo actual. Las exposiciones históricas no están muy de moda, pero es necesario revisar y recordar que de aquí viene gran parte del arte europeo y que Italia acogió y acunó a magníficos maestros durante siglos.

Esta exposición viajará posteriormente a Madrid, entre los meses de septiembre a diciembre, y es realmente aconsejable que no se la dejen escapar.

 Texto: **Mariano Palacín**

PARA DORMIR

Gran Talaso Hotel Sanxenso

Para disfrutar de los múltiples beneficios y propiedades de la "talasoterapia" y las aguas del Atlántico. Enclavado sobre una pequeña colina de abruptas rocas golpeadas incesantemente por las dóciles olas de las ría pontevedresa, este confortable y recién remodelado hotel -construido en 1988- constituye el lugar ideal para quien desee disfrutar de unos días de merecido descanso. Situado en primera línea de playa, cuenta con diversas terrazas-restaurante, bar, salón- y una piscina al aire libre desde las que se divisan las vistas mas espectaculares de la ría con sus encantadores "amaneceres".

Desde "Recepción", ya se aprecia la belleza del lugar a través de una gigantesca cristalera que oferta al cliente una maravillosa visión de la

magnifica playa y del paseo marítimo que la circunda, donde radican las mejores mansiones de la villa de Sanxenso, parroquia de Padriñan.

A los detalles habituales de un hotel de cuatro estrellas con toda clase de servicios, desde habitaciones no fumadores a *bussines center*, hay que añadir lo que le convierte en excepcional: su exclusivo centro de Talasoterapia (solo existen dos en Galicia) con spa marino y diversas áreas de tratamiento para recuperar las fuerzas perdidas y sumergir a sus huéspedes en una autentico paraíso del relax. Todo un placer para cuerpos maltrechos y maltratados por la urbe con ansias de recuperación .

Localidad: Sanxenso.
Pontevedra. Pas.Silgar, 3
Teléfono: 986 69 11 11
Habitaciones: 91 dobles y 5 suites. Todas con vistas. Restaurante y cafetería con vistas panorámicas
Complementos:: Habilitado para minusválidos Centro Talasoterapia. Spa marino. Gimnasio.

PARA COMER

Casa Solla

Lugar de obligada visita para amantes de la cocina tradicional con toques de modernidad, salpicada de los mejores y mas exquisitos productos de la ría pontevedresa.

En Casa Solla, aun es posible degustar la tradicional" tortilla de marisco " junto al delicioso "pan de molete", obra de la abuela del joven restaurador Pepe Solla qué, desde 1992, est al frente del establecimiento tras heredar la sabiduría de su padre, D. Josè Gonzalez Solla, "el patriarca" y fundador de la Casa en 1961, y desarrollar en sus fogones el genio que solo consiguen los grandes creativos de las nuevas y modernas tendencias culinarias. El resultado, uno de los mejores restaurantes de España para saborear y disfrutar la cocina marinera de las rías.

Un lugar, enclavado en un priviligiado altozano con magnifico jardín, desde donde se divisa una panorámica de la ría, la gran protagonista del establecimiento; pues de allí salen las ostras, cigalas, centollas, percebes, almejas y los mejores productos de la mar para elaborar platos de temporada tan originales y exquisitos como las "xoubas", "o caldeiro", la "lamprea" o las deliciosas "ostras escabechadas". En sus alrededores pastan los terneros, base de los excelentes platos de carne; y abundan las vides, origen de ese sublime "albariño", maridaje inolvidable para la tentadora gastronomía. Un lujo.

Casa Solla
Direcclón: Carretera Pontevedra - O Grove Km. 2 -Poio
Teléfono: 986 8728 84 - 986 87 31 29

Felipe Núñez de Dios
Consultor de Negocio Internacional
y consejero de Moneda Única

Vender más en Iberoamérica

Las exportaciones de bienes y servicios españoles a Latinoamérica no se corresponden con las importantes inversiones que las empresas españolas vienen realizando en el área. De hecho se observa una ralentización que preocupa tanto a la Administración como a las empresas.El mercado latinoamericano ofrece un potencial de 500 millones de consumidores, sus países tienen un alto grado de apertura exterior, perspectivas de elevado crecimiento, superávit comercial generalizado, etc., lo que los convierte en un atractivo mercado. Latinoamérica ha sido el destino preferido de los inversores españoles en las últimas décadas concentrando más del 35% de toda la inversión y alcanzando el liderazgo en algunos de estos mercados. Este hecho hacia prever que las exportaciones a la zona se verían incrementadas, favorecidas por el efecto arrastre de las inversiones, pero año tras año se viene constatando la debilidad del crecimiento de las ventas y la escasa penetración de los productos españoles en el área.

Mientras que entre 2000 y 2005 las exportaciones españolas crecieron en conjunto un 24,7%, las destinadas a Latinoamérica solo lo hicieron el 7,2% en ese periodo, para alcanzar los 9.049 millones de euros, crecimiento escaso si lo comparamos con las ventas a Portugal que aumentaron el 27,36% (14.655 millones de euros), a Marruecos el 62,9%, etc. El déficit comercial con el área se ha multiplicado por tres en estos cinco últimos años y alcanzó 3.341 millones en 2005.

Entre las diversas razones que explican esta situación nos encontramos con las derivadas del escaso dinamismo de las economías del área, que solo en 2004 y 2005 presentan, a nivel global, crecimiento significativo de su PIB, habiendo atravesado algunas de las economías más importantes (México, Brasil y Argentina), periodos de crisis económicas todavía recientes.

La política exterior española no ha sido suficientemente activa ni ha impulsado nuestro comercio con agresividad; para el actual Gobierno, pareciera que Latinoamérica carece de interés, si se tiene en cuenta la reducida presencia española en el área, las escasas visitas oficiales o la ausencia de acuerdos de colaboración.

La falta de sensibilización de la UE hacia Latinoamérica, a pesar de contar con un valedor como España, no ha propiciado, salvo con Chile y México, tratados que refuercen el intercambio de bienes y servicios. Por otro lado, la imagen de la marca "España" no ha sido difundida y explicada adecuadamente, no está consolidada y su mensaje no es claro ni adecuado.

La experiencia con los acuerdos comerciales y de asociación suscritos por la UE con Chile y México, es muy positiva en términos de incremento comercial. En esa línea y dado el carácter productor de alimentos y materias primas, de muchos países en Latinoamérica, la negociación de desarme arancelario agrícola de Doha incrementará las oportunidades comerciales en ambas direcciones.

> Las ventas españolas en América Latina se encuentran estancadas

Las Autoridades españolas son conscientes de la importancia de Latinoamérica y es por ello que el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), pone a disposición de las empresas españolas todos sus medios para abrir oportunidades comerciales y lograr una mayor presencia empresarial. Las acciones del ICEX se centran en aspectos como misiones comerciales, participación en ferias, encuentros empresariales. Así mismo, México y Brasil han sido incluidos dentro del programa de Mercados Prioritarios puesto en marcha en 2005 y del cual ya se están recogiendo buenos resultados.

Sin duda que será necesario poner en marcha nuevas iniciativas que potencien la marca "España", que den a conocer los sectores de tecnología, las empresas que son éxito en I+D, que se promocionen de forma novedosa productos españoles con alto valor añadido en diseño, investigación y *know how*. Todo ello deberá ir unido a la iniciativa empresarial que priorice Latinoamérica en sus planes de internacionalización, contando con el apoyo de otras instituciones públicas y privadas que hagan posible aumentar la venta de productos españoles en este área económica, tan culturalmente cercana.

BBVA

Haga despegar su empresa de la manera más fácil.

El mundo se está volviendo cada vez más pequeño, siendo necesario salir a él para ampliar las oportunidades económicas de su empresa.

Para lograr con éxito sus objetivos en un entorno de mayor complejidad, es imprescindible contar con el asesoramiento de un experto y disponer de los productos financieros más avanzados.

En BBVA contamos con una amplia experiencia en comercio exterior que, sumado a un equipo de profesionales en empresas, convierte a nuestro banco en su mejor aliado para asesorarle y gestionar sus necesidades financieras, otorgándole más tiempo para dedicarse a su actividad principal. **BBVA, adelante.**

Línea Empresas 900 33 55 88
lineaempresas@grupobbva.com

adelante.

La fuerza no es nada sin equilibrio.

Ofreciendo la combinación ideal de productos y servicios, con el apoyo de avanzadas plataformas tecnológicas, pensando y proporcionando siempre y de forma inmediata soluciones.

Esta es la razón por la que nuestros clientes nos han situado en los puestos más altos de los rankings mundiales por tercer año consecutivo.

Estamos presentes en todos los aspectos de la gestión comercial, tanto en coberturas como en control del riesgo, ofreciendo soluciones inteligentes de financiación.

Este es nuestro compromiso con nuestros clientes.

www.deutsche-bank.es
Tel. 902 247 248

A Passion to Perform.

Deutsche Bank