



Extremadura

Europa sigue siendo la mayor compradora de productos extremeños del mundo



Brasil

Expectación mundial sobre la progresión de una gran potencia

IMEX-Andalucía



La IV edición de IMEX-Andalucía cerró con un 19% más de empresas visitantes que en la pasada edición



El nuevo panorama online para el exportador



Entrevista
Balbino Prieto
Presidente del Club de Exportadores e Inversores Españoles

Sabadell Go Export

Soporte al negocio internacional



Sabadell Go Export es un directorio web en el que encontrará una amplia selección de herramientas y soluciones profesionales para facilitar al máximo su actividad internacional. Entre otras:

- Servicios de información y análisis sectoriales y de país
- Publicaciones especializadas
- **Normativas y certificaciones**
- Informes comerciales y acceso a mercados
- Actividades de marketing
- Licitaciones públicas
- Logística internacional
- Servicios de traducción e intérpretes
- **Cursos y programas de formación específica**
- Ferias internacionales
- Exportar para Crecer

Conozca el resto de recursos que ponemos a disposición de su empresa accediendo a negociointernacional.bancsabadell.com/sabadell-go-export/

2017 incertidumbres



Parece que 2017 no va a ser un año muy positivo para la consolidación de Europa, más bien lo contrario. Según los presagios de una agencia estadounidense especializada en inteligencia y geopolítica, este año podría ser el principio del fin de la Unión Europea, motivado por un cúmulo de variables, posiblemente tantas como años de nuestro calendario, que se están sucediendo secuencialmente como si fuera parte de un guión escrito.

Analizando el panorama político mundial, Rusia mejoraría su posición en Eurasia gracias al apoyo de Trump mientras en casa, las elecciones en Francia, Alemania y posiblemente en Italia, supongan un desafío debido a las grandes diferencias en los postulados de partidos que parece pueden acceder al gobierno de sus respectivos países. Ganen o pierdan en estas naciones europeas -de primera línea- los que los “demócratas” llaman populistas, lo que parece que está claro es que la desintegración de la UE es cuestión de tiempo. Qué pena!, después de tantos esfuerzos y planteamientos correctos para conseguir un liderazgo por parte de Europa en el contexto mundial, que ahora, en unos pocos lustros, se desmorone todo.

Rusia se frota las manos, y no es reprochable. Se configura como la potencia capaz, “en acto”, de “ejecutor de la paz” en los países musulmanes y del Oriente Medio, y “en potencia” como el director de la orquesta en muchos de los países de Asia Central. Y es que parece que al presidente electo de los Estados Unidos no le va el papel de ser el salvador del mundo, que más bien se va a centrar en potenciar su país internamente, y a ceder el privilegio del control internacional a otros.

Y por su parte, la otra gran potencia, China, parece que va a sufrir un retroceso en cuanto a sus ventas al exterior, que tendrá que aspirar a realizar el comercio interno en detrimento del exterior, por lo que deberá cambiar su modelo de productor del mundo y pasar a ser consumidor de sus propios productos fabricados.

Esperemos que los vaticinios de muchos no dejen de ser una moda, que en esencia es pasajera, y que no se cumplan muchos años hasta que la normalidad y la lógica se impongan en las acciones de los cuentos de superhéroes.

6 Opinión - Actualidad

- “La respuesta es la Industria”.
- La evidente recuperación de la economía española.

12 Finanzas

- Impulsar la vinculación y el crédito, nueva estrategia de Santander España.
- Bankinter supera los requerimientos mínimos de BCE.
- Banco Sabadell fija sus objetivos para los próximos 4 años.

16 Extremadura

- Las prácticas sobre internacionalización de PYMES que se realizan en Extremadura captan la atención de países europeos.
- Extremadura explora en Bruselas nuevas fórmulas para apoyar el espíritu empresarial.

24 Mercados

- Gas Natural Fenosa compra dos plantas solares en Brasil.
- AENOR ayudará a empresas cerámicas brasileñas en su acceso a nuevos mercados.

62 Empresas

- Del café al arroz solidario.
- Previsión de aumento en España de inversión extranjera en 2017.

64 Logística

- DHL se reestructura en España y Portugal.
- IAG elige Barcelona para lanzar nuevos vuelos de bajo coste.

66 Ferias

- ICEX facilitará la presencia española internacional en más de 100 ferias internacionales en 2017.
- Del 18 al 22 de enero Madrid será la capital mundial del turismo.

68 Formación - Gestión

- Homenaje a Miguel de la Quadra Salcedo o de la verdadera historia del dios Quetzalcóatl.

10 ENTREVISTA

Balbino Prieto,
Presidente del Club de
Exportadores e Inversores
Españoles.



“El eje de la política exterior debe ser la defensa de nuestras empresas en los mercados internacionales”

16



Extremadura

Europa sigue siendo la mayor compradora de productos extremeños del mundo

24



Brasil

Expectación mundial sobre la progresión de una gran potencia

58

Reportaje:



El nuevo panorama online para el exportador

Moneda
Única

EL MUNDO COMENZÓ EN
NEGOCIO INTERNACIONAL

C/ Capitán Haya, 60, 2ª - 28020 MADRID

mu@monedaunica.net
www.monedaunica.net

Teléfono: 902 91 82 39
91 186 06 40

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

DIRECTOR: Carlos Pérez, cpv@monedaunica.net

REDACCIÓN Y MAQUETACIÓN: mu.editorial@monedaunica.net

Mercedes Soriano, Itziar Yagüe, Amaya Ortega, Felipe Contamina, Pedro del Rosal, Marta Casanova, Pedro Castro, Verónica Goldcoffin, Sonsolos Martín. - COLABORAN: Mariano Palacín, Juan Royo. - FOTOGRAFÍA: Lola H. Robles, Rafael Elgorriaga. ILUSTRACIONES: Juan J. Maestro. - ADMINISTRACIÓN: mu@monedaunica.net - SUSCRIPCIONES: suscripciones@monedaunica.net

CORRESPONSALÍAS: - América: Argentina, México - Europa: Eslovaquia, Portugal, Rep. Checa, Rumanía, Rusia, Ucrania. - Asia: China, India.

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. GRUPO EUROEMPRESA no comparte necesariamente las opiniones de artículos y entrevistas firmadas.

Precio de ejemplar atrasado: 10 euros

30

La IV edición de IMEX-Andalucía cerró con un 19% más de empresas visitantes que en la pasada edición



36

Zona de exposición



42

Mesa Redonda

Financiación para abordar mercados internacionales



46

Países

Más de 1.800 reuniones b2b entre los visitantes y los representantes de los 54 países



52

Conferencias

48 conferencias de Negocio Internacional



La respuesta es la Industria

En los últimos veinte años, el peso de la Industria en el conjunto del PIB español ha caído unos cinco puntos porcentuales, pasando de representar casi el 20 por ciento en 1995, a poco más del 15, en 2014. En paralelo, el empleo industrial se ha reducido hasta suponer en 2014 un 13,7 por ciento del total, cuando en 2006 superaba el 16 por ciento, y muy lejos de las cifras registradas en los años 70 cuando la Industria llegó a emplear al 34 por ciento de los trabajadores.

Esta evolución en España, se enmarca en una tendencia en la UE-28 donde el empleo industrial ha caído casi tres puntos porcentuales en los últimos ocho años. En Europa, la Industria supone hoy el 15 por ciento de la producción y ocupa a 35 millones de europeos, cinco millones menos que hace una década.

En muchos países europeos, entre ellos España, durante la expansión económica que acabó en 2007, se extendió la idea de que era posible mantener la potencia industrial, trasladando a países más competitivos en costes una parte importante de la producción.

Ese planteamiento que se ha demostrado devastador, derivó en una falta de incentivos y de políticas de fomento de la industria de los que el mejor exponente es aquel malhadado lema de que la mejor política industrial es la que no existe.

Muy al contrario, la falta de política industrial ha derivado en el traslado de la actividad industrial a países emergentes que han sabido valorar y aprovechar la oportunidad que les ofrecía el desinterés de las economías europeas por su Industria.

Esos países asimilaron conocimientos que les trasladaban economías más maduras, crearon sus propias estructuras industriales, formaron profesionales, extendieron redes comerciales y crearon un “ecosistema industrial” que actualmente les permite competir con éxito.

Sin embargo, en los países “exportadores de industria”, entre ellos en España, se ha perdido cantidad y calidad de producción, y capacidades para desarrollar y dise-

ñar nuevos productos y servicios. Se ha reducido su capital industrial, material y humano y el nivel y la calidad del empleo, provocando una caída de la competitividad global.

Este proceso ha supuesto en Europa un traslado de inversión y empleo industrial a actividades de menor valor añadido y resistencia ante a los ciclos económicos,

con la consecuencia de que franjas importantes de población, antes ocupadas en la Industria e instaladas en el bienestar de las clases medias, han visto rebajados sus salarios y amenazados sus empleos.

Esta deriva desindustrializadora es una preocupación nuclear en toda Europa y existe un consenso amplio sobre la necesidad de que la Industria siga siendo el motor de la economía, su seña de identidad y su garantía de futuro. Un consenso que desemboca en el plan de recuperar en 2020 la cifra del 20 por ciento del peso de la actividad industrial en el PIB.

En España, asistimos recientemente a una campaña electoral en la que los partidos políticos proponían respuestas a algunas de las cuestiones que mayores

incertidumbres proyectan sobre el futuro de España en términos de progreso económico y social.

El empleo estable y bien remunerado, la competitividad externa e interna, la innovación, la viabilidad de nuestro modelo de protección social o la sostenibilidad medioambiental, están centrando el debate político y generando propuestas con muy distintos grados de fundamento y de posibilidades de ser aplicadas con éxito. Pero en todas las propuestas, explícita o implícitamente y más o menos consciente y deliberadamente, está la actividad industrial porque no existen posibilidades reales de responder correcta y eficazmente a las actuales incertidumbres sin la Industria.

Todas las respuestas pasan por la Industria, seguramente porque la Industria es la respuesta. Sólo una Industria fuerte, productiva y competitiva permitirá mantener la prosperidad y el estado del bienestar, preservando el medio ambiente a través de la innovación y con empleo cualificado y estable.



Antonio Garamendi
Presidente de Cepyme y de Confemetal

La reindustrialización es hoy el primer reto económico de nuestro país y la mejor arma contra el paro estructural que sufrimos. Pero reindustrializar no es tarea fácil, exige políticas de Estado que permitan derribar las trabas y obstáculos estructurales que rebajan el atractivo a la inversión industrial y lastran su desarrollo.

Los problemas de financiación de las empresas industriales españolas, muchas de ellas con un tamaño reducido, las dificultades para la formación y la cualificación de los trabajadores, la insuficiente inversión en innovación, los obstáculos a la salida al exterior, la fragmentación del mercado interior, las poco competitivas tarifas energéticas o la actual estructura de costes, son algunas de esas trabas.

La Industria, para ser competitiva, ha de tener una elevada productividad lo que exige excelentes infraestructuras, sofisticados bienes de equipo y un personal muy bien formado para aprovecharlos y hacerlos eficientes y rentables.

Pero, sobre todo, necesita la voluntad y el esfuerzo del conjunto de la sociedad y de las administraciones, para impulsar la Industria y su competitividad. Se trata de contraer un compromiso global con la Industria, que es tanto

como decir un compromiso con el progreso económico y el bienestar social.

En una coyuntura económica que se aleja de la recesión pero exige todavía actuar para consolidar lo conseguido, desde la Industria es el momento de insistir en que no se puede abandonar el camino de las reformas, el único que garantizará en el futuro un crecimiento sólido y sostenido del que pueda beneficiarse toda la sociedad.

En política económica, la Industria necesita inversión en infraestructuras realmente productivas, estímulos a la demanda y al consumo de bienes industriales, mejorar la financiación de las empresas y actuar contra la morosidad, apoyar la internacionalización y trabajar por la simplificación administrativa y la unidad de mercado.

En materia fiscal, se ha de combatir el fraude, coordinar las políticas tributarias estatales, autonómicas y locales, reducir el Impuesto sobre Sociedades, muy especialmente para las Pymes que constituyen el núcleo de la Industria Española, aumentar la flexibilidad de amortización de inversiones y poder compensar los tributos con las deudas de la Administración.



En el ámbito laboral, es necesario flexibilizar y simplificar los sistemas de contratación, reducir las cotizaciones sociales empresariales, modernizar el sistema de negociación colectiva y reforzar el papel de los agentes sociales, potenciar el papel de las empresas en la formación profesional para el empleo, establecer un sistema eficiente de formación continua utilizando correctamente el 0,6 por ciento que aportan las empresas y poner coto al absentismo laboral.

Las empresas industriales necesitan un suministro de energía competitivo y seguro, modernizar infraestructuras

y redes, mejorar las interconexiones internacionales eléctrica y gasista, la definición de un mix de generación equilibrado y generar eficiencia en el mercado y estabilidad en el sistema.

En el terreno de la I+D+i, se debe orientar la investigación al mercado y a la innovación en productos y servicios, impulsar planes y programas de apoyo y mejorar la financiación y el marco normativo de la innovación.

También será decisivo para la Industria apoyar la transformación digital de las empresas en tecnologías, procesos y productos, en el acceso a los mercados globales, en las relaciones con proveedores y clientes

y en la gestión del personal y del conocimiento.

Por último, en el terreno medioambiental se precisan criterios proporcionados, únicos y homogéneos, estabilidad, previsibilidad y simplicidad en el marco normativo, garantizar la leal competencia y una legislación acorde las necesidades y posibilidades reales del entorno empresarial.

España es una potencia mundial en varios sectores industriales, casi todos ellos con cadenas de valor integradas por grandes empresas tractoras y numerosas Pymes, y podría extender ese liderazgo a otros segmentos de actividad si se allanase su camino.

Un tejido industrial fuerte permitirá resistir mejor los ciclos económicos recesivos y aprovechar mejor los expansivos, y su repercusión en la actividad del resto de la economía y en la mejora de la productividad global será mayor que la de cualquier otro sector.

Pero para ofrecer esa contribución, la Industria necesita recuperar la competitividad perdida por la caída de la productividad, la falta de innovación, el poco favorable clima empresarial, el estancamiento de las infraestructuras y las dificultades de financiación. En resumen, revertir la tendencia actual para atraer la inversión hacia la Industria.

La evidente recuperación de la economía española

Según los datos publicados por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social, el paro registrado en España descendería al finalizar el año 2016 en 3.702.974, con lo cual habría 390.534 desempleados menos que hace un año.

En medio de una incertidumbre en el entorno europeo, España comienza el año 2017 considerándose habiendo hecho buena parte de los deberes que comenzaron cuando empezó la crisis. La recuperación de la economía nacional se fundamenta en la caída del paro, que el pasado año es la mayor en un año desde 1996 -cuando arranca la serie histórica- en términos absolutos y la más acusada desde 1999 en términos relativos.

Además, la bajada del paro en 2016 es la cuarta anual consecutiva tras la de 2013, cuando el desempleo cayó en 147.385 personas; la de 2014 (253.627) y la de 2015 (354.203), que difiere mucho con la tendencia negativa experimentada durante el periodo 2007-2012.

El pasado mes de diciembre, el número de parados bajó en 86.849 personas respecto a noviembre, con lo que rompe la tendencia de los últimos cuatro meses en los que el paro había subido.

Todos los sectores de actividad económica vieron descender este índice durante 2016, sobre todo en la construcción, donde bajó un 17,04% (77.249 desempleados menos). El descenso fue también alto en la agricultura, que cayó un 12,71% (24.654 parados menos) y en la industria, sector en el que el paro bajó un 12,2% (48.009 personas).

En términos absolutos, el sector servicios fue donde más se redujo el paro registrado: 208.053 desempleados menos (-7,69%). De hecho, más de la mitad del descenso del desempleo en



el año 2016 fue gracias a este sector, muy ligado a la economía española.

Por su parte, la afiliación media a la Seguridad Social se situó en 17.849.055 afiliados en diciembre, 540.655 más en términos interanuales (3,12%) según los datos del Ministerio de Empleo, que señala que es el mayor aumento anual en un mes de diciembre en la última década.

Además, la previsión de aumento en España de inversión extranjera en 2017 parece evidente. Según el Barómetro, en el que han participado 700 empresas extranjeras con presencia en España, el 95% de las empresas prevén aumentar su plantilla el próximo año y el 62% su facturación.

La valoración de las empresas extranjeras sobre el clima de negocios en España ha mejorado en el último año y también ofrece perspectivas optimistas para los próximos dos años, según desvela la novena edición del "Barómetro del clima de negocios en España desde la perspectiva del inversor extranjero", realizado conjuntamente por ICEX-Invest in Spain, Multinacionales por marca Es-

paña y el International Center for Competitiveness del IESE.

El clima de negocios en España ha mejorado desde 2014 hasta colocarse en una valoración media de 2,9 sobre 5. Según el Barómetro del clima de negocios en España, las perspectivas de las empresas extranjeras son mejores porque se han cumplido las previsiones que se reflejaron en anteriores estudios, tanto en lo que se refiere a inversión como en plantillas, facturación y exportaciones.

El 95% de las empresas encuestadas tienen previsto mantener o aumentar sus inversiones en España durante 2017, lo que revela una mejora de sus perspectivas de cara a los próximos años. Además, el 95% prevén aumentar su plantilla el próximo año. En lo que respecta a la facturación, el 62% prevén un aumento en 2016 frente a 2015, mientras que sólo un 4% creen que disminuirá, y además el 69% creen que mejorará en 2017.

Las exportaciones de las empresas extranjeras desde España también mejorarán en 2016, según el 96% de los encuestados, y en 2017 según el 98%.

Elija el mejor puente para la internacionalización de su empresa.

- Identificando todas sus oportunidades.
- Impulsando su negocio.
- Especialmente en países de Europa, América, Asia y África.

bankinter.

ENTREVISTA **BALBINO PRIETO**

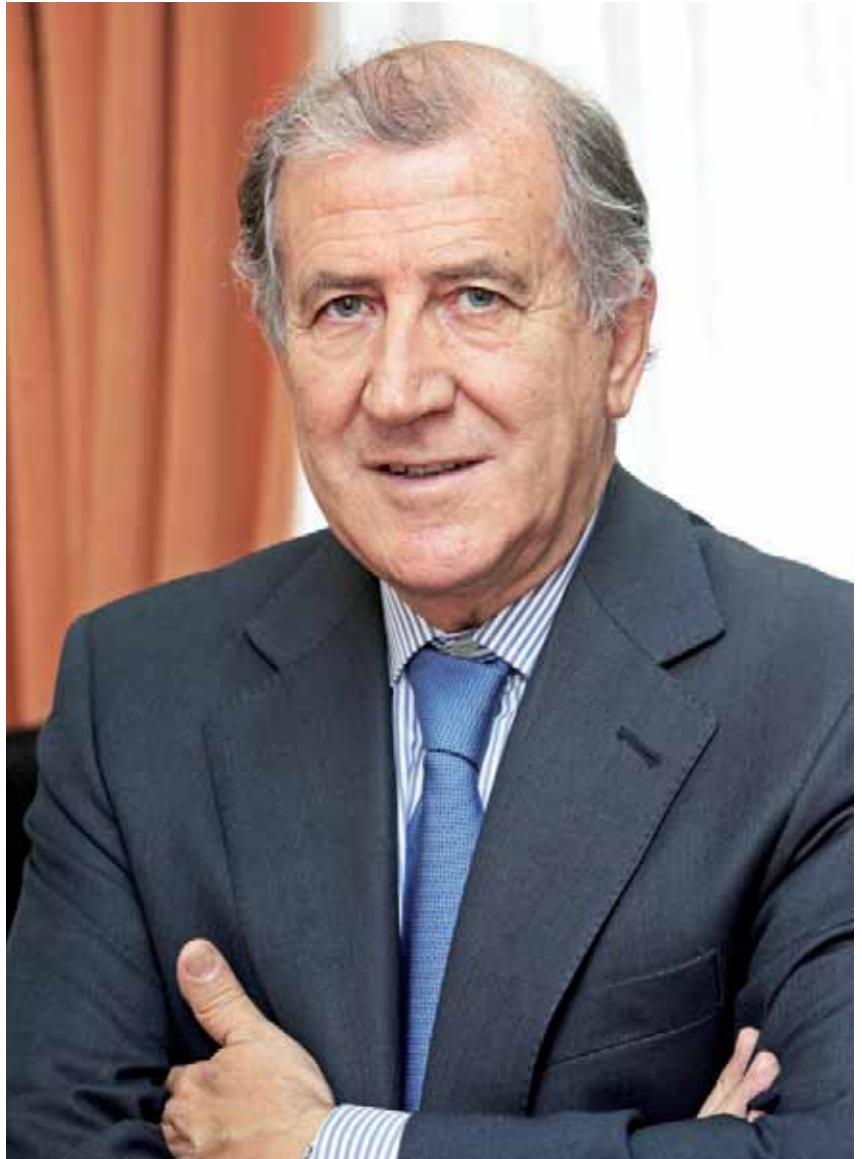
“El eje de la política exterior debe ser la defensa de nuestras empresas en los mercados internacionales”

Texto: **José María Triper**

Nombre: Balbino Prieto.

Cargo: Presidente del Club de Exportadores e Inversores Españoles.

Balbino Prieto está a punto de cumplir 20 años al frente del Club de Exportadores e Inversores Españoles. Una institución que él fundó en 1997 y que agrupa a un centenar de las principales empresas españolas que, en conjunto, facturan el equivalente al 40 por ciento del PIB nacional. Asturiano ejerciente, y con una amplia trayectoria al servicio del sector exterior, Balbino Prieto es también presidente de NOVA Internacional y de Anthelex Internacional y vicepresidente de la Confederación Europea de Asociaciones de Comercio Exterior (CITHA).



“Numerosos proyectos de inversión extranjera en España y de empresas españolas en el exterior no han fructificado por la incertidumbre política”

El Club ha firmado recientemente un convenio de colaboración con la Secretaría de Estado de Comercio para reforzar la salida al exterior de las empresas españolas. ¿En qué se traduce y cuál es el impacto de este acuerdo?

Con este acuerdo pretendemos ampliar y profundizar nuestras relaciones con la Administración Española, estableciendo nuevos cauces de comunicación en materias de política comercial y financiera que, sin duda, redundará en el proceso de internacionalización de nuestras empresas.

Como entidad que agrupa a las principales empresas españolas en el exterior ¿han notado algún impacto negativo en la imagen exterior de España o en la actividad internacional de nuestras empresas?

La imagen de un país se crea o se modifica durante años, pero sí es cierto que en numerosos países no se entendía muy bien la situación de España ante la cancelación de acuerdos, viajes de Estado y viajes de Gobierno, que son de gran ayuda para la empresa española.

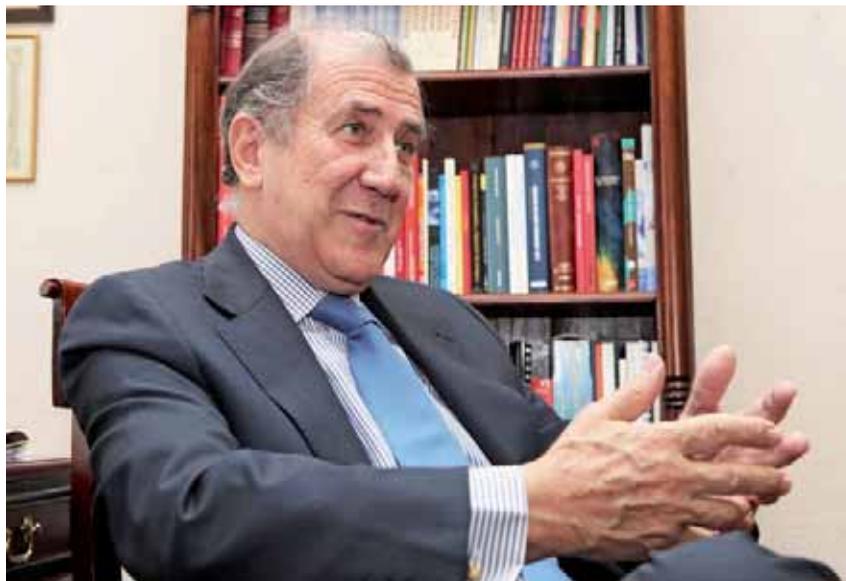
¿Han detectado paralización o retirada de proyectos de inversión extranjera en España por la incertidumbre política?

Sin duda. Ha habido numerosos proyectos de inversión extranjera en España y de empresas españolas en el exterior que no han fructificado como consecuencia de la incertidumbre política.

“El Club ha asumido una posición de liderazgo en el desarrollo y financiación de proyectos en la FAO”

¿Qué deficiencias observan en la política de internacional española y qué demandarían al nuevo Gobierno?

Un eje fundamental de la política exterior de nuestro país debe ser la defensa de nuestras empresas en los mercados internacionales; por tanto, la política exterior debería ser consensuada por los principales partidos, de forma que los cambios de Gobierno no afecten a dicha política.



“En muchos países no se entendía bien la situación de España ante la cancelación de acuerdos y viajes de Estado”

El Club ha sido la única institución española presente en el macroproyecto de la Ruta de la Seda ¿Qué significa este proyecto y qué oportunidades abriría a las empresas españolas?

Como presidente del Club de Exportadores y como empresario tuve la oportunidad de asistir el pasado 11 de julio a una reunión celebrada en Venecia a la que asistieron los 65 países por los que pasa la Ruta de la Seda, con un presupuesto en in-

Hemos asumido una posición de liderazgo en el desarrollo y financiación de proyectos en dicha organización. Algunas de nuestras empresas están suscribiendo compromisos directos con FAO y estamos trabajando en la colaboración público privada en un sector tan importante como es la alimentación. Días pasados, y con la presencia de Su Majestad la Reina, celebramos en España el segundo Congreso Internacional Save Food, organizado junto con la FAO, Messe Düsseldorf y Aecoc.

¿Cuál es la relación actual del Club con la Cámara de Comercio de España y con la CEOE?

Se cumplen 20 años de la fundación del Club de Exportadores e Inversores Españoles, y durante este tiempo hemos mantenido y mantenemos unas relaciones muy cordiales con el resto de las organizaciones empresariales. Con la Cámara de Comercio de España, la Asociación de Marcas Renombradas Españolas y la Asociación Española de Directivos formamos el Comité Empresarial y de Directivos para la Internacionalización (CEDI), responsable de la organización de las Cumbres de la Internacionalización.

fraestructuras de aproximadamente un billón de euros. Creo que hubiese sido una excelente oportunidad para las empresas españolas, puesto que nuestro país es líder mundial en ese sector.

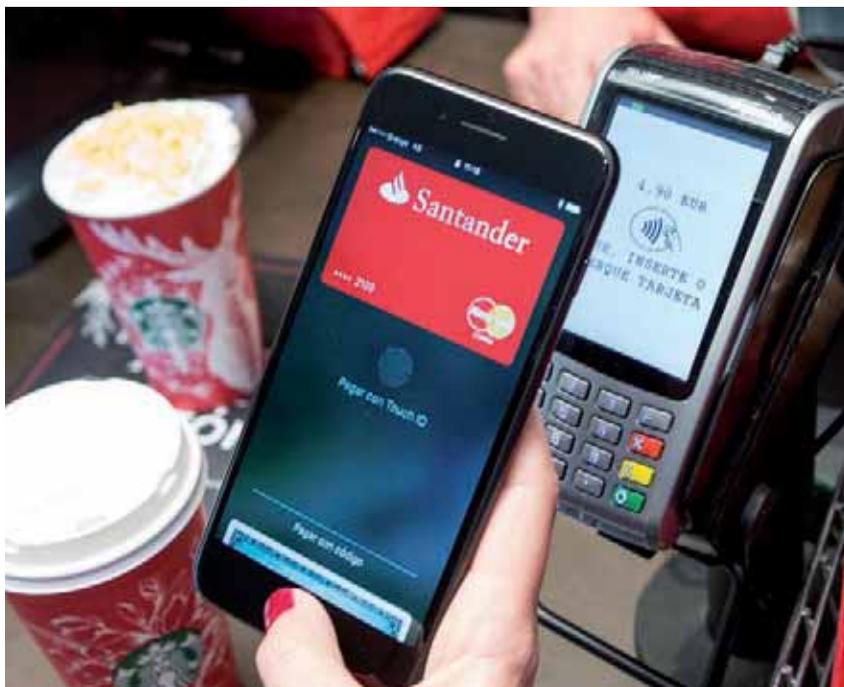
El Club participa también como representante español en los proyectos de la FAO. ¿Cuál ha sido la respuesta y la repercusión en nuestras empresas?

Impulsar la vinculación y el crédito, nueva estrategia de Santander España

Santander España lanza una nueva estrategia de medios de pago con el objetivo de generar una mayor vinculación con sus clientes, favorecer el crédito y mejorar la calidad del servicio. Desde el 12 de febrero, los titulares de las cuentas 1.2,3, Día a Día y Clásica, tendrán acceso a tres tarjetas (débito, crédito y revolving) asociadas a su cuenta, con lo que podrán efectuar sus reintegros en cajeros, pagar sus compras diarias y disponer de crédito en el bolsillo de forma permanente por una tarifa única de tres euros al mes.

Además, tras el acuerdo alcanzado con Apple Pay, el banco se convierte en la única entidad financiera en España que permite a sus clientes pagar con sus tarjetas Mastercard desde todos los dispositivos móviles (Apple Pay, para iPhone y Apple Watch, y Santander Wallet, para Android).

La entidad ofrecerá también una nueva línea de crédito en tarjetas por 16.000 millones, de la que podrán beneficiarse 2,5 millones de clientes, con un importe medio su-



perior a 5.000 euros. Para facilitar el acceso, se podrá contratar a través del móvil con sólo tres clicks. Rami Aboukhair, CEO de Santander España, señaló que "Ponemos en marcha una nueva estrategia de medios de pago para reforzar la

vinculación con nuestros clientes y mejorar su satisfacción. Mantengamos la apuesta por la Cuenta 1,2,3 que es la palanca clave de nuestra manera de hacer banca, basada en generar relaciones a largo plazo con nuestros clientes".

Bankinter supera los requerimientos mínimos de BCE

Bankinter ha superado holgadamente los requerimientos mínimos de capital exigidos por el Banco Central Europeo aplicables en 2017, tras el ejercicio de revisión y evaluación supervisora (SREP) llevado a cabo por el supervisor europeo.

De acuerdo con ese nivel mínimo exigido de capital, que el Consejo de Gobierno del BCE comunicó a Bankinter, la entidad debería contar con un ratio de capital mínimo CET 1 phased-in del 6,5%. Este ratio está compuesto por el 4,5% de capital que exige el denominador Pilar 1 de la normativa (el que esti-

pula el umbral mínimo), un 0,75% de Pilar 2 y un colchón de conservación de capital del 1,25%. De esta forma, el ratio exigido a Bankinter es el más reducido entre los que fija el Banco Central Europeo a los bancos españoles. En comparación con este nivel reclamado, Bankinter cerró septiembre con un ratio de capital CET 1 (Common Equity Tier 1) del 11,89%, lo que supone casi seis puntos por encima de lo exigido por el supervisor de la banca europea.

En cuanto a la ratio de capital total, el requerimiento del BCE se sitúa en

el 10,0%, también en términos phased-in, mientras que Bankinter mantiene un ratio del 12,88%, a 30 de septiembre.

La entidad financiera, a pesar de superar el nivel exigido, está firmemente comprometida con sus accionistas en el refuerzo de sus niveles de capital, tarea en la que trabaja de forma continuada, como muestra el hecho de que cerró el tercer trimestre del año con un nivel de CET 1 fully loaded -es decir, el ratio exigible en 2019, cuando entren en vigor las medidas del acuerdo de Basilea III- del 11,5%.

Banco Sabadell fija sus objetivos para los próximos 4 años



En la reunión anual de directivos de Banco Sabadell se apuntaron las líneas de actuación de la entidad de los próximos cuatro años.

En este caso, el banco pondrá sus esfuerzos a lo largo de 2017 en cumplir con retos fundamentales como la culminación de la integración tecnológica de TSB, la transformación comercial, la reducción de costes o la reducción de activos improductivos, con miras a partir de ese momento al desarrollo de una planificación exhaustiva que tiene como horizonte los años 2018-2020. Hay que resaltar que será a principios de 2018 cuando se presente a inversores y analistas los fundamentos del plan.

El presidente de Banco Sabadell, Josep Oliu, valoró el gran salto que ha dado la entidad en los últimos tres años y señaló que “hemos conseguido mucho y ahora debemos ir a por la excelencia”. Oliu expuso que los tres polos de acción en los próximos 4 años serán España, Reino Unido y América –con foco especial en México en el último caso-. Las prioridades para TSB serán “la migración que tendrá lugar a finales de 2017 con la implantación de herramientas digita-

les y de la plataforma; además TSB debe aprovechar las capacidades del grupo con una autonomía centrada en el negocio, que ayude a la escalabilidad con crecimientos en hipotecas y cuentas, y que nos sitúe en una mejora de eficiencia a través de sinergias de migración y mejora de costes”. En cuanto a México, Oliu ha detallado que tanto en banca Corporativa como en la de Empresas existe un ambicioso plan de crecimiento, que se unirá a la construcción de una plataforma de arranque de negocio de banca personal.

En España, las prioridades, según enumeró el presidente Oliu, se encuentran en “el incremento del volumen de negocio y el margen, la rentabilidad y la transformación comercial con el foco en el cliente, el aumento del ROE hasta apuntalar el porcentaje en dos dígitos, junto a una gestión centrada en el valor de los activos improductivos, que llevará en los próximos años a seguir reduciendo la mora que ya a finales de 2017 esperamos esté por debajo del 5%”. Por lo que respecta a la generación de resultados, desde Banco Sabadell las estimaciones apuntan de cara al año que viene una estabilización en línea con lo previsto a cierre de 2016.

El bitcoin se revaloriza un 125% en 2016

El precio de la criptomoneda ‘bitcoin’ se ha revalorizado un 125% en 2016 y supera los 1.000 dólares por primera vez en tres años. BitStamp asegura que la moneda digital estaba valorada en 1.022 dólares a finales de 2016, mientras que CoinMarket anunciaba un cambio de 1.019 dólares. En cualquier caso, bitcoin ha alcanzado su precio más alto desde 2013.

En cuanto a la evolución del cambio, en noviembre de 2013 ‘bitcoin’ logró alcanzar un cambio máximo de 1.137 dólares. En poco más de un año cayó hasta los 200 dólares (enero de 2015), y mostró una recuperación durante el año hasta situarse en los 434 dólares a principios de 2016. La moneda se ha revalorizado aceleradamente en el mes de diciembre y ha pasado de 700 dólares a principio de mes hasta más de 900 dólares a finales.

Unicaja vende el 0.51% de Iberdrola por 196,5 millones



Unicaja ha vendido un paquete de acciones representativo del 0,51% del capital de Iberdrola, por el procedimiento de colocación acelerada.

La operación se realizó a un precio de 5,88 euros por acción y el importe de la operación ascendió a 192,41 millones de euros. A precios de mercado, el valor de este paquete asciende a 196,5 millones. La operación, en la que UBS actuó como entidad colocadora, se dirigió a inversores cualificados.

Por otro lado, la entidad se desprendió también de dos carteras de créditos fallidos concedidos a particulares y pymes por importe de 253,8 millones de euros.

En concreto, se trata de 59.784 contratos que, según la entidad, están provisionados al 100%, y cuya venta a Axactor Portfolio Holding le permitirá reducir en esos 253,8 millones su saldo de créditos fallidos.

Unicaja ha señalado que aunque los efectos de esta operación son positivos, “no tiene un impacto relevante en el patrimonio neto de la entidad”.

Coyuntura bursátil:

Abran apuestas

Los mercados financieros han sufrido durante el último año los efectos de grandes y controvertidas decisiones tanto políticas como democráticas, como han sido el Brexit (que ha supuesto la dimisión del primer ministro inglés), varios procesos electorales en España (sin cambio de presidente aunque sí de equipo de gobierno) y elecciones presidenciales en EE.UU (victoria del republicano Donald Trump). A pesar de esto, la gran mayoría de índices bursátiles finalizaron el año con subidas: FTSE-100 cerró 2016 en 7.142,83 arrojando una subida anual del 17,22% y con una volatilidad del 14,19 (200D); Dow Jones Industrial ha cerrado con una subida del 15,24% hasta los 19.762,60 y con una volatilidad del 10,21 (200D); por otra parte el principal índice alemán (DAX) alcanzó los 11.481,06 con un incremento del 11,65% y una volatilidad del 18,35 (200D); S&P500 creció un 11,24% hasta los 2.238,83 y con una volatilidad del 10,71 (200D); el Nasdaq subió sólo un 8,13% hasta situarse en 4.863,62 y alcanzó una volatilidad del 13,15 (200D). El índice de la bolsa china (Hang Seng) creció un 3,16% hasta 22.000,56 con una volatilidad del 16,01.

Peor comportamiento ha tenido el principal índice de la bolsa española (Ibex35) con un leve crecimiento del 0,42% y una elevada volatilidad del 23,81 (200D) si la comparamos con el resto de índices internacionales. Además encontramos que la bolsa de Portugal (PSI20) ha cerrado el curso con una pérdida del -10,55% y una volatilidad 17,63% (200D).

En cuanto al crecimiento generado a nivel global, se espera que el 3T 2016 alcance un 3,1%. Según los datos disponibles referidos al

3T2016 podemos encontrar que la economía germana no ha sufrido variación en su PIB (1,7%) al igual que el agregado europeo (1,6%) que tampoco ofrece cambios. Por otra parte se observan países desarrollados que han tenido una peor evolución del crecimiento en este mismo periodo: Francia ha crecido un 1,0%



Julio Sixto Iñiguez
Departamento de Contabilidad y Formación. Fundación de Estudios Bursátiles y Financieros

respecto del 1,1% del trimestre anterior; Reino Unido por su parte lo ha hecho un 2,2% (anterior 2,3%); o la española que creció un 3,2% respecto un 3,4% en el anterior trimestre. Aún con esta situación hay países que son capaces de seguir creciendo como son el caso de EEUU con un 3,5% (3,2% anterior) o Japón con un 0,8% (0,7% anterior). Otros indicadores de actividad reflejan una mejora en la coyuntura económica durante noviembre como pueden ser las ventas al por menor en España con un crecimiento del 3,3% (2,1% anterior); las ventas al por menor UEM en el mismo periodo con un crecimiento de un 2,4% (1% anterior). Peor comportamiento han

tenido las ventas minoristas en Reino Unido con un 5,9% (7,2% anterior) o EEUU con un 0,2% (0,6% anterior). Esta mayor demanda se está viendo reflejada en los precios industriales como el español que se sitúa en 0,6% (0,2%), el alemán 0,1% (-0,4%) o de EEUU en 1,3% (0,8%). Pero también se está viendo reflejado en el IPC: Reino Unido en 1,2% (0,9%); EEUU en 1,7% (1,6%), Unión Europea 1,1% (llevaba varios meses en 0,6%); España previsto 1,5% (0,7% varios meses); y por Alemania que no ofrece variación con un 0,8%.

Con todo ello, la confianza del consumidor se ha visto mejorada en diferentes economías: IFO clima económico alemán en 111 (110,4 anterior); confianza consumidor EEUU en 113,7 (previo 109,4%) y; confianza consumidor UEM (provisional) -5.1 (-6.1).

En cuanto al ámbito empresarial, el crédito a empresas de la eurozona marca su mejor tasa de crecimiento desde 2009. Grupo PSA comunica que invertirá 320 millones dólares en Argentina para producir nuevos vehículos a la vez que GM, Ford y Toyota reportan fuertes ventas en EEUU durante noviembre. Ford por su parte cancela la inversión de 1.600 millones dólares para la planta en México. Y mientras tanto, EEUU investiga 1 millón de vehículos de Fiat Chrysler por accidentes. En otro sector, Alstom adquirirá Nomad Digital, proveedor líder en el mundo de soluciones de conectividad a la industria ferroviaria. Los audífonos inalámbricos AirPod de Apple salen a la venta tras 2 meses de retraso. Royal Caribbean y Norwegian reciben autorización de Cuba para operar cruceros. Por último, la japonesa SoftBank invertirá 50.000 millones de dólares en EEUU.

En el viejo continente, Euronext ofrece 510 millones por el negocio de liquidación francés de Bolsa de Londres. Monte Paschi emitirá 15.000 millones en deuda tras la aprobación de liquidez de UE. Credit Suisse y Deutsche Bank alcanzan sendos acuerdos con EEUU por el caso de las hipotecas (5.300 y 7.200 millones respectivamente). El Tribunal de la UE ordena a los bancos a devolver todo lo cobrado en cláusulas suelo, generando cierta preocupación en el sector bancario español. Nokia demanda a Apple por infringir patentes tecnológicas. Lloyds compra la división de Bank of America buscando crecer en el sector de tarjetas de crédito británico. Canal Fox de Murdoch llega a un acuerdo para comprar Sky por 14.600 millones mientras Vivendi está tomando fuerte posición en Mediaset hasta alcanzar un 30%.

En territorio nacional algunas operaciones llevadas a cabo son para fortalecer los balances de algunas compañías: Europac refinancia deuda sindicada de 290 millones de euros; Gas Natural Fenosa cierra la venta de cuatro edificios corporativos en Madrid por 260 millones de euros; Realia cierra anticipadamente una ampliación de 147 millones de euros; y Vocento vende a Axiare la sede del diario ABC por 35 millones de euros, con una plusvalía de 22 millones. Otras operaciones corporativas son la adjudicación por parte de CAF de un contrato en Alemania, la ampliación de otros dos en Chile y Colombia; Endesa compra activos tecnológicos a Enel Latinoamérica por 246 millones de euros; Gamesa logra un contrato para realizar un parque eólico de 86 MW en Jordania; Grifols compra la filial estadounidense Ho-

logic por 1.750 millones de euros y Ferrovial logra un contrato de recogida de residuos en UK por 119 millones de euros. Destacar que Banco Popular ha relevado a su presidente Ron por Emilio Saracho y que Service Point volverá al parqué el 27 de diciembre.

En el mercado de materias primas encontramos que el oro al contado alcanzó un máximo no visto desde el 14 de diciembre, a 1.163,14 dólares la onza. Los precios subieron alrededor de un 8,5 por ciento en el año, su mayor incremento desde el 2011. Por su parte, el Brent cerró 2016 en 56,83 respecto los 37,22 que marcaba al inicio del año. El tipo de cambio euro/dólar parece que ha alcanzado un soporte en los 1.04, cerrando el año en 1.0529 respecto un tipo de cruce de 1.0858 de inicio de año.

OficinaLowCost

Un servicio de International Business Centre

ibcnet.es
info@ibcnet.es
902 332 902



Un nuevo
concepto de oficina:
+ imagen, - precio.

**Pregúntanos el coste,
te sorprenderemos.**

La mejor relación calidad-precio.

**Gestionamos tu espacio,
y te hacemos más eficiente.**

Oficinas completamente amuebladas y con las últimas tecnologías, olvídate de las obras y empieza a trabajar ya.

Una recepcionista a tu servicio para dar la mejor imagen de tu empresa, servicio de office manager, mantenimiento... dedica el 100% de tu tiempo a tu trabajo, nosotros hacemos el resto.

Disfruta de un nuevo concepto de oficina todo incluido con la garantía de IBC. Más de diez edificios a tu disposición en las zonas más representativas de la ciudad.



International Business Centre
Madrid



Extremadura

Europa sigue siendo la mayor compradora de productos extremeños del mundo

Texto: **Sara Alonso**

Extremadura exportó en los primeros diez meses de 2016 bienes por valor de 1.412,9 millones de euros. Las exportaciones de este período caen interanualmente un 2,8% y representan el 0,67% del total nacional. El mes de octubre las exportaciones alcanzaron los 138,4 millones de euros.

Respecto a la balanza comercial, durante los primeros diez meses del 2016, la comunidad sufrió un retroceso del 13,9% en compara-

ción con el mismo periodo del año anterior y presenta un superávit de 524,5 millones de euros.

En octubre, Extremadura obtuvo un

Cantabria (-24,3%), País Vasco (-12,4%) y Asturias (-11%) registraron los mayores descensos interanuales.

Extremadura es la tercera comunidad con mayor incremento interanual de las exportaciones en octubre con un 6,5%

notable crecimiento interanual en las ventas al exterior con un 6,5%, y fue la tercera a nivel nacional por detrás de las Islas Baleares (41,0%) y de Canarias (15,4%).

A su vez, el valor de las importaciones creció en 9 comunidades autónomas y disminuyó en el resto. De ellas, Extremadura tuvo el tercer mayor aumento (5,1%), sólo por de-



trás de Castilla-La Mancha (9,7%), y Canarias (7,2%). En el extremo opuesto, Murcia (-15%), seguida de Andalucía (-11,9%) y País Vasco (-10%).

¿Qué exporta Extremadura?

En función de los datos obtenidos, 2016 es un año irregular para las exportaciones de la comunidad. En comparación con el periodo enero-



Extremadura

Capital: Mérida

Población: 1.087.778 hab.

Presidente: Guillermo Fernández Vara (PSOE)

IPC: 103,419

Tasa de desempleo: 25,61%

PIB per cápita: 16.166 €

Comercio exterior: Exportaciones Octubre 2016 (miles de euros)

	Millones €	% total	tva (%)
España	21.806,8	100,0	-1,6
Extremadura	138,4	0,6	6,5
Badajoz	99,8	0,5	3,7
Cáceres	38,7	0,2	14,06

Fuente: ICEX España Exportación e Inversiones.

octubre de 2015, Extremadura ha ingresado 41,1 millones de euros menos por los bienes que ha vendido al extranjero: de 1.454 millones totales en 2015, ha pasado a 1.412,9 millones en 2016. En total, se ha producido una bajada del 2,8% en las exportaciones de la comunidad.

En lo que respecta al análisis por provincias, Badajoz se ve afectada en mayor medida por esta caída al ser la provincia que más exporta. En los diez primeros meses de 2016, acumula 1.071,7 millones de ingresos entre enero y octubre de 2016, 38,5 millones menos que en el mismo periodo del año pasado. La caída porcen-

Comercio exterior. Principales magnitudes (enero-octubre 2016)

	Exportaciones		Importaciones		Saldo		Cobertura %
	millones €	% var. igual período anterior	millones €	% var. igual período anterior	millones €	% var. igual período anterior	
ESPAÑA	210.292,0	0,9	225.352,8	-1,6	-15.060,7	26,6	93,3
EXTREMADURA	1.412,9	-2,8	888,4	5,1	524,5	-13,9	159,0
Badajoz	1.071,7	-3,5	600,9	8,1	470,8	-15,0	178,3
Cáceres	341,2	-0,8	287,5	-0,5	53,7	-2,2	118,7

Fuente: ICEX España Exportación e Inversiones

EXTREMADURA

tual es del 3,5. Por el contrario, Cáceres aprecia menos este bajón, porque, aunque también disminuyen sus exportaciones, únicamente lo hacen un 0,8%, y pasan de los 343,8 millones que ingresó entre enero y octubre de 2015 a los 341,2 que ha ingresado en el mismo periodo de 2016.

Otro dato interesante es la inversión de la tendencia en las exportaciones extremeñas. Se ha interrumpido un proceso de crecimiento en cuanto al volumen de los bienes exportados. En 2015 se había producido un aumento del 3,5% con respecto a 2014; en 2016 lo que se produce es una bajada del 2,8% en comparación con el año anterior (diez primeros meses).

El dato positivo hay que recuperarlo en el análisis más reciente; es decir, el del mes de octubre. Aunque el nivel de exportaciones de 2016 es menor que el del año precedente, en el mes de octubre Extremadura ha generado más ingresos (138,4 millones de eu-

ros) que en el mismo mes del año anterior (130 millones).

El sector más beneficioso para la región en términos de productos exportados sigue siendo el de alimentación, bebidas y tabaco, que generó 798 millones de euros, el 56,5 % del total. Pese a todo, presenta una disminución del 4,4% en comparación con el año anterior en los primeros

crecimiento de las manufacturas de consumo, con ingresos valorados en 104,1 millones de euros, que equivalen al 7,4% del total y suponen un aumento del 9,0% interanual, algo poco habitual puesto que las principales vías de ingreso tienen tendencia negativa.

Entre una y otra, en el segundo lugar, se sitúan las semimanufacturas no

Badajoz suma 1.071,7 millones de euros, que supone el 76% del total exportado por la región

diez meses del año. Dentro del sector, el principal aporte, con 451,2 millones de euros, se obtuvo de las frutas, hortalizas y legumbres, que representan un 31,9% del total exportado por la región.

Y aunque se sitúa en el tercer lugar, llama mucho la atención el notable

químicas, que suponen un 14,7% del total al haber facturado 207,1 millones de euros. Este sector sufre también un retroceso del 3,1% comparado con los datos del período de enero a octubre de 2015. No obstante, es reseñable el aporte del hierro y el acero, que con sus 78 millones de euros

Comercio exterior por áreas geográficas (enero-octubre 2016)

	Exportación			Importación			Saldo	
	Millones €	% total	tva.(%)	Millones €	% total	tva.(%)	Millones €	tva.(%)
EUROPA	1.195,6	84,6	-2,3	795,9	89,6	4,9	399,6	-14,1
UNIÓN EUROPEA	1.139,7	80,7	-2,2	758,2	85,3	3,3	381,5	-11,4
ZONA EURO	1.009,5	71,4	-1,9	672,0	75,6	6,0	337,5	-14,6
RESTO UE	130,2	9,2	-3,9	86,2	9,7	-13,8	44,0	23,9
RESTO EUROPA	55,9	4,0	-4,8	37,8	4,3	54,4	18,1	-47,1
AMÉRICA	99,1	7,0	-4,9	16,1	1,8	-2,3	83,0	-5,4
AMÉRICA DEL NORTE	35,2	2,5	12,1	7,5	0,8	-15,7	27,6	23,1
AMÉRICA LATINA	63,1	4,5	-13,1	8,5	1,0	13,6	54,6	-16,1
RESTO DE AMÉRICA	0,7	0,1	373,5	0,0	0,0	-42,5	0,7	388,7
ASIA	55,9	4,0	-3,3	72,2	8,1	10,6	-16,3	-117,4
ASIA (exc. Oriente Medio)	41,6	2,9	7,3	66,2	7,5	10,4	-24,6	-16,0
ORIENTE MEDIO	14,3	1,0	-24,9	5,9	0,7	12,8	8,3	-39,3
ÁFRICA	60,5	4,3	-9,4	3,8	0,4	-1,4	56,7	-9,9
OCEANÍA	1,9	0,1	11,1	0,4	0,0	-47,3	1,5	56,3
OTROS	0,0	0,0	-100,0	0,0	0,0		0,0	-100,0
TOTAL MUNDIAL	1.412,9	100,0	-2,8	888,4	100,0	5,1	524,5	-13,9

Fuente: ICEX España Exportación e Inversiones

Comercio exterior por sectores (enero-octubre 2016)

	Exportación			Importación			Saldo	
	Millones €	% total	tva.(%)	Millones €	% total	tva.(%)	Millones €	tva.(%)
Alimentación, bebidas y tabaco	798,0	56,5	-4,4	178,7	20,1	11,8	619,3	-8,2
Productos energéticos	3,7	0,3	-51,2	10,8	1,2	0,7	-7,2	-121,8
Materias primas	83,1	5,9	22,6	94,2	10,6	19,3	-11,1	1,1
Semimanufacturas no químicas	207,1	14,7	-3,1	87,2	9,8	2,7	119,9	-6,9
Productos químicos	75,3	5,3	-7,5	89,7	10,1	4,7	-14,4	-238,5
Bienes de equipo	57,6	4,1	-13,3	206,0	23,2	-2,8	-148,5	-2,0
Sector automóvil	64,9	4,6	-10,4	64,6	7,3	1,1	0,3	-96,5
Bienes de consumo duradero	13,5	1,0	6,7	17,6	2,0	8,3	-4,1	-13,9
Manufacturas de consumo	104,1	7,4	9,0	138,8	15,6	5,3	-34,7	4,3
Otras mercancías	5,7	0,4	201,3	0,8	0,1	-12,5	4,9	402,8
TOTAL	1.412,9	100,0	-2,8	888,4	100,0	5,1	524,5	-13,9

Fuente: ICEX España Exportación e Inversiones

suponen un 5,5% del total exportado por Extremadura.

En el análisis provincial, cabe destacar que Cáceres presenta el mayor crecimiento en exportaciones del sector de semimanufacturas no químicas, con un alza del 11% en comparación con los meses de enero a octubre del año 2015.

Por otra parte, los sectores menos dinámicos fueron el de productos energéticos que bajan brutalmente un -51,2% hasta el mes de octubre, afectando así al petróleo y derivados con un descenso de -47,1%, y el carbón y electricidad que baja un -88,6%. A continuación, se encuentra el sector automovilístico que con una caída de precio se han visto afectadas las ventas de coches y motos, que bajan un -88,9%.

Mercados destino de la exportación extremeña

Por países, Portugal sigue siendo con mucha diferencia el gran receptor de productos extremeños. Se exporta el 30,2% del total, lo que reporta un total de 427 millones de euros a la región. Destaca además el aumento de Italia, que se mantiene en el cuarto lugar tras aumentar su participación un 4,5% con respecto al periodo enero-septiembre de 2015. Se queda a las puertas del "top ten" China, con un aumento destacable (54,2%) para alcanzar los 17,3 millones de euros, lo que supone el 1,2% del volumen total. En general, apenas existen variaciones llamativas. El único continente en romper esa norma es Oceanía (sube un 11,1%) pero su importancia dentro del total (0,1% de todo el comercio exterior) es poco relevante.

La Unión Europea, y en especial la Zona EURO (1.099,5 millones de euros), acaparan el 80,7% del total. Dentro de la zona comunitaria, además de los ya mencionados Portugal e Italia, Francia y Alemania ocupan el segundo y tercer puesto de la clasificación, con el 13,6% y 13,2% respectivamente. Ambos países han disminuido su actividad de negocio respecto a 2015 (-1% Francia y -5% Alemania) para aportar 191,8 y 186,5 millones respectivamente. El cuarto y último en superar los 100 millones es Italia (106,1 millones).



En los últimos diez meses de 2016 las ventas extremeñas retrocedieron un 2,8%

Le sigue en quinta posición el Reino Unido (73,4 millones y 5,2% del total) y en sexta los Países Bajos (50,3 millones y 3,6% del total), éste último con una caída del 16,1% con respecto al mismo periodo del año anterior.

Fuera de Europa, América continúa en segunda posición (99,1 millones de euros) en cuanto a continentes con Estados Unidos (25,3 millones) y Brasil (25,5) como ejes cruciales. Estados Unidos es el undécimo en la clasificación por países (1,8% del total) y un crecimiento importante del 17,9%.

Por último, Asia (4% del total) recorta cada vez más distancias a África (4,3%), en buena medida gracias a la aparición de China. El gigante asiático, ya analizado, supera ya el punto porcentual a nivel total (1,2%) tras aumentar un 54,2% sus exportaciones, ha conseguido sobrepasar a Japón (que cae un 15% respecto al periodo enero-octubre de 2015). Por su parte, en África sigue sobresaliendo la figura

de Marruecos, séptimo país con mayor volumen de exportaciones, que entre enero y octubre de 2016 facturó un total de 29,1 millones de euros.

Futuro

Desde comienzos de año hubo una caída interanual en cada mes, y fue marzo el mes crítico, ya que registró una caída del 23,2% en comparación con el mismo mes del 2015. El mes de mayo, y a continuación, a partir de agosto, se comenzaron a registrar subidas. De las ocho comunidades que experimentaron alzas en octubre, Extremadura fue la tercera comunidad en percibir un mayor incremento interanual en sus exportaciones. Un dato esperanzador de cara al futuro.

Es de reseñar el esfuerzo del gobierno extremeño en su apuesta por la internacionalización, que se puede observar en la promoción de diferentes campañas publicitarias en los medios de comunicación, ferias regionales e internacionales.

Las prácticas sobre internacionalización de PYMES que se realizan en Extremadura captan la atención de países europeos



Responsables del proyecto internacional INTRA, procedentes de Eslovenia, Bulgaria, Portugal, Reino Unido e Italia visitaron Extremadura para conocer las políticas de internacionalización puestas en marcha por la Secretaría General de Economía y Comercio de la Junta de Extremadura. La visita se produce en el marco de la actividad del proyecto europeo INTRA, en el que Extremadura participa a través de FUNDECYT-PCTEx para promover la creación de servicios de apoyo a la internacionalización de las empresas. Para ello, INTRA involucrará a lo que se conoce como la cuádruple hélice regional, formada por universidades, empresas, sociedad civil y autoridades como partes interesadas en el diseño de políticas de internacionalización. Antonio Ruiz, secretario general de Economía y Comercio de la Junta de

Extremadura, en la apertura de la sesión celebrada en el Parque Científico y Tecnológico de Extremadura, explicó las iniciativas que el ejecutivo regional tiene en marcha, como el Plan PYMEX, FORMACOEX o el Plan de Consolidación, reconocidas como buenas prácticas por el proyecto INTRA. Asimismo, señaló la necesidad de que las empresas avancen hacia actividades que incrementen su nivel de competitividad, "mediante el desarrollo de productos y servicios de mayor valor añadido que les permitan abrirse a nuevos mercados", y añadió que las empresas que exportan regularmente registran una tasa de crecimiento del 20% en los últimos cinco años. Por otra parte, a través del proyecto INTRA se elaborará un manual con estrategias e instrumentos que ayuden a potenciar la internacionalización de la empresa. Además, y gra-

cias al intercambio internacional, se podrán abordar las deficiencias, si las hubiera dentro de los programas regionales detectados en los países participantes.

Sobre el proyecto

En INTRA participan 6 socios de seis estados miembros diferentes: la Agencia de Desarrollo de Maribor, de Eslovenia; la Agencia para el Emprendimiento y la Innovación Regional de Bulgaria; FUNDECYT Parque Científico y Tecnológico de Extremadura; la Universidad de Algarve en Portugal; la 'Coventry University Enterprises Limited' del Reino Unido; y el Polo de Innovación CAPITANK, de Italia. El proyecto está cofinanciado por Fondos FEDER a través del programa de cooperación interregional INTERREG EUROPE; cuenta con un presupuesto de 1.640.056€ y una duración de 5 años (comenzó el 1 abril de 2016 y finalizará el 31 de Marzo de 2021).

Extremadura explora en Bruselas nuevas fórmulas para apoyar el espíritu empresarial

Extremadura participó en Bruselas en el seminario Emprendimiento – Nuevas ideas de las regiones para apoyar el espíritu empresarial, que organizó junto con las redes Partenalia y ERRIN.

El evento se celebró en las instalaciones de la Representación Permanente de España ante la UE y en él participaron representantes de la Comisión Europea, de diferentes regiones, provincias y municipios, así como de varias asociaciones empresariales y de investigación, y de consultoras europeas.

Por parte de Extremadura participaron Elena Vázquez, de Extremadura Avante; Maribel Cortés, directora del Área de Desarrollo Local de la Diputación de Badajoz y Raquel Búrdalo, de la Diputación de Cáceres. Además, el personal de la Oficina de Extremadura en Bruselas colaboró en la organización y coordinación del seminario, que ha contado con el apoyo de la FEMPEX.

Mesas de debate

En el evento se desarrollaron dos mesas redondas. En la primera se expusieron buenas prácticas en materia de emprendimiento y en ellas participaron, además de Cortés y Búrdalo, representantes de la Agencia de Negocios de Viena (Austria) y de la Agencia Regional de Innovación y Desarrollo Empresarial de la ciudad francesa de Lille.

En la segunda se abordaron los mecanismos europeos de apoyo al emprendimiento y en ella intervinieron representantes de las regiones de Tesalónica (Grecia), Malopolska (Polonia) y la provincia de Castellón. La representante de Extremadura detalló las actuaciones desarrolladas por Extremadura para favorecer el emprendimiento. Este conjunto de medidas fueron reconocidas por el Comité de las Regiones Europeo el pasado mes de junio con el Premio a la



La región ha sido nombrada como la Emprendedora Europea en 2017

Región Emprendedora Europea 2017.

Además, también participaron Maarit Nyman -de la Dirección General de Mercado Interior, Industria, Emprendimiento y PYMEs de la Comisión Europea (CE), que abordó la estrategia de emprendimiento de la UE y el programa de financiación COSME, y Peteris Zilgalvis -de la Dirección General de Redes de Comunicaciones, Contenido y Tecnología de la CE-, que presentó el estado de situación de la iniciativa Start Up Europe para el fortalecimiento y la coordinación de los ecosistemas de emprendimiento a nivel europeo. Bartolomé Nofuentes, diputado de la Diputación de Valencia, asistió en representación de Partenalia, una red que agrupa a autoridades locales inter-

medias pertenecientes a cinco países de la Unión Europea.

Las conclusiones corrieron a cargo de ERRIN, la Red de Investigación e Innovación de las Regiones Europeas, con más de 120 regiones socios.

Región emprendedora europea

El Premio a la Región Emprendedora Europea reconoce y recompensa a las regiones europeas que hayan mostrado una estrategia destacada e innovadora en materia de emprendimiento.

Reconoce también a aquellas que presentan el plan de futuro más creíble, avanzado y prometedor en este ámbito. Extremadura ostentará la etiqueta «Región Emprendedora Europea» (REE) durante todo el año 2017.

Empresas extremeñas exploran las oportunidades de negocio en Cuba



Una delegación extremeña realizó una misión comercial en Cuba el pasado mes de septiembre. Las seis empresas participantes estuvieron acompañadas por la directora general de Acción Exterior, Rosa Balas y el director general de Extremadura Avante, Miguel Bernal, con el objetivo de fortalecer las relaciones entre el mercado cubano y Extremadura. El país se ha convertido en un objetivo prioritario para la Junta de Extremadura para los próximos años.

La delegación mantuvo, en primer lugar, un encuentro con el presidente del Centro Internacional de La Habana (CiH), Alberto Pérez, con el que analizó la coordinación entre Cuba y Extremadura en los ámbitos comerciales, institucionales, sociales y culturales. CiH es una empresa consultora pública que ha analizado con las empresas extremeñas la oportunidad que presenta para Cuba el sistema productivo extremeño.

Posteriormente, Balas y Bernal, se encontraron con el rector de la Universidad de La Habana, Gustavo Cobreiro, con quien abordaron futuros proyectos de colaboración en los ámbitos educativos y de investigación. Durante el encuentro se estudió la puesta en marcha de acciones que incluirían intercambio de estudiantes extremeños y cubanos.

Finalmente, junto a la directora general de la asociación cubana de las Naciones Unidas, Soraya Álvarez, la directora general de Acción Exterior trató sobre cómo Cuba es un objetivo prioritario para la cooperación extremeña, cuyo objetivo es seguir hermanando pueblos para un desarrollo mutuo. Se pretende reconstruir las relaciones eliminadas en la anterior legislatura.

Participación de Avante

Por su parte, el director general de Extremadura Avante participó en reuniones empresariales con el objetivo de establecer contactos para la introducción de los productos de

las empresas participantes así como posibles alianzas estratégicas. La delegación extremeña mantuvo encuentros con representantes de la Cámara de Comercio en Cuba, con la asociación de empresarios españoles en Cuba y con el Embajador de España en Cuba. Además, se celebrará una reunión en el Ministerio del Comercio Exterior y la Inversión Extranjera en el que participaron empresas extremeñas que acudieron a la misión.

Este viaje es la continuación de una serie de reuniones mantenidas en Extremadura por el cónsul general de Cuba, Alejandro Castro, que visitó diversas instalaciones y empresas extremeñas y mantuvo una reunión con el presidente de la Junta de Extremadura, Guillermo Fernández Vara. Se estableció, y así se ha hecho con este viaje, que se retomarían las relaciones comerciales, científicas, culturales, de cooperación o formativas. La intención de la Junta de Extremadura es intensificar los intercambios en diferentes ámbitos.

CAJASUR INTERNACIONAL

EL IMPULSO
PARA TU EMPRESA



Con CajaSur, **tu empresa marcha**



CajaSur Banco S.A.U. CIF: A-95622841. Avda. Ronda de los Tejares 18-24. Córdoba. Inscrita en el Registro Mercantil de Córdoba, tomo 2458, folio 1, inscripción 1ª, hoja CO-35656

Brasil

Expectación mundial sobre la progresión de una gran potencia

Texto: **Itziar Yagüe**

El recién terminado 2016 ha sido un año convulso en lo político para Brasil. El largo, abrupto y complicado proceso de *impeachment* contra la ex presidenta Dilma Rousseff, que fue acusada a finales de 2015 de falsear las cuentas públicas, finalizó en agosto con la votación que la destituyó de su segundo mandato. Un proceso más político que jurídico que muchos consideraron un golpe de estado disfrazado y que colocó de forma inmediata al antiguo aliado de Dilma, el ex vicepresidente Michel Temer, en el poder.

Temer pasó a encarnar la esperanza de recuperación económica para los brasileños, que observaron cómo su economía se hundía durante el mandato de Dilma. El año pasado cayó el PIB un 3,49%, subió el desempleo hasta los 12,1 millones de parados y Brasil vivió su peor recesión de los últimos 25 años. Cinco meses después, Temer corre el riesgo de ser destituido como su antecesora, ya que hay en

marcha investigaciones sobre corrupción y sobornos que podrían salpicar al presidente y derivar en otra crisis política, lo cual evidentemente no ayuda a la recuperación del país. Por si fuera poco, el cambio de gobierno no ha servido para mejorar los datos.

Las estimaciones para 2017 anuncian un exiguo 0,5% de crecimiento económico en Brasil. Temer está embarcado en una reforma de las pensiones que se considera vital para el equilibrio de las cuentas del país, pero no cuenta

Brasil no ha mejorado sus datos económicos en los cinco meses de gobierno de Temer

con apoyos suficientes y es posible que no salga adelante, aunque sí consiguió emprender una reforma fiscal que fijó un techo de gasto público para los próximos 20 años.

Sin embargo, la recesión ha provocado la caída de los precios, que a su vez ha favorecido las ventas al extranjero. La Asociación de Comercio Exterior de

Brasil (AEB) calcula que este año las exportaciones brasileñas subirán un 7,2% y no hay que olvidar que Trump, el nuevo presidente de los Estados Unidos, acaba de declarar la guerra económica a China, lo cual puede beneficiar a Brasil a medio plazo.

Mientras tanto, la realidad social del país es dura. La crisis ha polarizado aún más las desigualdades y está eliminando la clase media. La masacre de la cárcel de Manaus a principios de año (56 presos muertos en una reyer-

ta) es un claro ejemplo de esa cruda realidad que muchos prefieren ignorar. Y el año que viene habrá de nuevo elecciones presidenciales. Es de prever que la inestabilidad política y la incertidumbre económica impulsen un proceso electoral atípico. Hay quien espera la llegada de un nuevo nombre que irrumpa en el escenario políti-





DATOS BÁSICOS

Capital:

Brasilia

Población:

204.450.649 habit.

Superficie:

8.514.877 km²

Idioma:

Portugués

Moneda:

Real

1€ = 3,3773 BRL

Gobierno:

República federal presidencial

Presidente:

Michel Temer

co brasileño como “salvador” del país, alguien que ataje los problemas estructurales del país, corrupción, desigualdad... que no parecen tener solución fácil ni inmediata.

Comercio exterior de Brasil

Las exportaciones de Brasil contribuyen aproximadamente en un 11% a la economía del país. Sin embargo, se prevé que el cierre de 2016 termine con datos mejores porque los precios a la baja que ha causado la recesión favorecerán las ventas en el extranjero. Las exportaciones agropecuarias mejorarán algo la mala racha ya que se prevé una buena cosecha de grano.

En 2015 Brasil obtuvo un superávit de 19.685,2 millones de dólares en su balanza comercial, que vino a contrarrestar el mal dato de 2014, año en que se registró un déficit de 4.035 millones de dólares. Pero cayeron los flujos comerciales: Brasil exportó un 15,09% menos e importó un 25,18% menos que el año anterior.

El sector primario sigue siendo la principal fuente de ingresos por ventas de ▶

Balanza comercial Brasil - España 2015 y 2016 (Miles de Euros)

2015	Exportación	Importación	Saldo	Cobertura
Enero	207.815,67	128.687,66	79.128,01	161,49
Febrero	213.841,39	145.615,36	68.226,03	146,85
Marzo	282.795,28	371.424,04	-88.628,77	76,14
Abril	269.472,84	269.704,74	-231,90	99,91
Mayo	215.911,82	304.394,90	-88.483,08	70,93
Junio	250.052,88	324.945,50	-74.892,62	76,95
Julio	251.062,12	354.932,44	-103.870,33	70,74
Agosto	264.849,55	290.374,20	-25.524,64	91,21
Septiembre	188.565,55	235.803,30	-47.237,75	79,97
Octubre	193.117,59	228.452,16	-35.334,57	84,53
Noviembre	195.511,19	227.782,24	-32.271,05	85,83
Diciembre	197.737,88	253.411,66	-55.673,78	78,03
TOTAL	2.730.733,75	3.135.528,22	-404.794,46	87,09

2016	Exportación	Importación	Saldo	Cobertura
Enero	144.756,93	210.943,47	-66.186,54	68,62
Febrero	183.294,52	149.828,74	33.465,77	122,34
Marzo	184.148,92	253.217,44	-69.068,52	72,72
Abril	177.052,79	260.434,74	-83.381,95	67,98
Mayo	193.043,83	308.360,91	-115.317,08	62,60
Junio	226.243,09	338.307,71	-112.064,61	66,87
Julio	216.908,52	281.145,16	-64.236,65	77,15
Agosto	206.706,36	356.340,98	-149.634,62	58,01
Septiembre	192.599,09	210.884,20	-18.285,11	91,33
Octubre	161.586,22	191.212,91	-29.626,69	84,51
TOTAL	1.886.340,26	2.560.676,26	-674.336,00	73,67

Fuente: ICEX España Exportación e inversiones

MERCADOS - BRASIL

Brasil: en 2015 se alcanzaron los 87.188,2 millones de dólares, que además contribuyeron en un 45,62% a la balanza comercial. En lo que se refiere a productos manufacturados, sumaron el 38,08% de lo exportado y los semimanufacturados el 13,85%.

Brasil destaca como una de las potencias agrícolas y ganaderas del mundo. Casi el 11% de lo que exportó en 2015 fue soja, aunque a continuación se sitúan los minerales, con el hierro y los concentrados que acapararon el 7,36% de lo exportado. El petróleo registró un 6,1% del total de lo exportado por Brasil. Del 40% de 2014 al 25% que suponen en 2015, estas tres partidas siguen siendo las principales pero Brasil ha logrado diversificar sus ventas al exterior.

Esta diversificación también se manifiesta en sus socios comerciales. Una de las políticas principales del gobierno de Rousseff fue la “nova geografía comercial” que tenía como objeto desplazar las ventas de los países más desarrollados a otros como India, China o Venezuela. Aunque la U.E., Estados Unidos y Japón siguen siendo importantes clientes, regiones como Iberoamérica, Oriente Medio o Asia han ido ganando importancia.

Así, China fue su principal comprador en 2015, con el 18,6% de las exportaciones, Estados Unidos con el 12,7% y Argentina con el 6,7%. Después están Países Bajos (5,3%), Alemania (2,7%) y Japón (2,5%).

Relaciones bilaterales

En la clasificación de exportaciones de Brasil en 2015, España se situó en 14º lugar y el 12º como país suministrador. Se trata de una caída considerable si se tiene en cuenta que durante tres años, entre 2010 y 2013, con la buena marcha de la economía en ese país, Brasil fue nuestro primer cliente en Iberoamérica.

El comercio bilateral de 2016, entre los meses de enero y agosto, registra un desplome del 30,9% interanual de las ventas a Brasil, que suman solamente el 0,9% de todo lo exportado por España en ese período. Caen también, aunque menos, las importaciones, un 17,5%. Así, en los primeros 8 meses del año la balanza comercial para dicho período es de -674,34 mi-



La caída de los precios hará crecer las exportaciones de Brasil en 2016

Principales sectores exportados a Brasil por España (2016. Miles de Euros)

Sector	Importe
Combustibles y lubricantes	209.818,59
Materias primas y semimanufacturas de plástico	129.445,12
equipos, componentes y accesorios de automoción	95.398,08
Otros productos no comprendidos en otro sector	81.334,32
Química orgánica	80.795,61
Farmaquímica	77.943,22
Equipamiento navegación aérea	76.980,07
Maquinaria eléctrica	72.245,16
Química inorgánica	60.184,55
Protección de cultivos	54.786,89
Aceite de oliva	47.455,98

Fuente: ICEX España Exportación e Inversiones.

Principales sectores importados de Brasil por España (2016. Miles de Euros)

Sector	Importe
Frutos oleaginosos	622.443,86
Combustibles y lubricantes	511.284,76
Cobre y sus aleaciones	144.212,89
Minerales metálicos y no metálicos (excepto cobre y cinc)	122.935,47
Residuos de la industria agroalimentaria	119.440,19
Productos de fundición y siderúrgicos	93.616,11
Materias primas para papel	93.390,88
Café, extractos y sucedáneos	88.781,16
Materias primas y semimanufacturas de plástico	78.685,95
Farmaquímica	69.052,11
Química orgánica	64.740,19

Fuente: ICEX España Exportación e Inversiones.

Balanza comercial bilateral (millones de euros)

	2012	%var.	2013	%var.	2014	%var.	2015	%var.
Exportaciones españolas	2.807.545	8,2%	3.642.328	29,7%	3.199.296	-12,2%	2.728.826	-14,7%
Importaciones españolas	3.363.536	-6,6%	3.263.520	-3,0%	3.041.147	-6,8%	3.102.921	2,0%
Saldo	-555.991		378.808		158.150		-374.094	
Tasa de cobertura	83,47		111,61		105,20		87,94	
Corriente comercio	6.171.081	-0,4%	6.905.848	11,9%	6.240.443	-9,6%	5.831.747	-6,5%

Fuente: D.G. de Aduanas.

lones de euros, lo que supone un incremento interanual del 80,2% y una tasa de cobertura del 75,8% frente a la tasa del 73,7% de 2015.

En cuanto a los productos, en 2015 España vendió, sobre todo, semimanufacturas (34,1%), bienes de equipo (30,5%), productos energéticos (9,3%), alimentos (8,6%) y sector automóvil (6,7%). En cuanto a los datos disponibles de 2016, los principales capítulos exportados a Brasil por España son productos químicos (27,9%); bienes de equipo (27%); productos energéticos (11,1%); alimentación, bebidas y tabaco (11,1%) y semimanufacturas no químicas (6,3%).

Principales acuerdos vigentes entre Brasil y España

- *Plan de Asociación Estratégica España-Brasil*: Firmado en noviembre de 2003. Crea dos Grupos de Trabajo (Infraestructuras y Comercio e Inversiones). No tuvieron mucha actividad hasta que se acordó reactivarlos con ocasión de la visita a España de la Presidenta Rousseff (2012). Se reunieron en 2014 (Brasilia) y 2015 (Madrid)
- *APPRI-Acuerdo de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones*: Ru-

bricado en marzo de 1995. No se firmó. Brasil no tiene APPRIs con ningún país, aunque está firmando un nuevo modelo de acuerdos, sin cláusula de arbitraje a elección del inversor.

- *Tratado General de Cooperación y Amistad*: Firmado en julio de 1992. En vigor desde julio de 1994. Como parte del Tratado, figuraba un Acuerdo Económico, en vigor hasta 1999.

- *Convenio de Doble Imposición (CDI)*: Firmado en noviembre de 1974. En vigor desde diciembre de 1974. Ac-

Brasil fue el 12º cliente de España en 2015

tualizado en septiembre de 2003, por intercambio de cartas.

- *Acuerdos sectoriales recientes con contenido económico*:

- Declaración común de intenciones sobre cooperación en materia tributaria y aduanera, suscrita entre ambas agencias tributarias en junio de 2016.
- Acuerdo de Colaboración entre el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente y el Ministerio de Integración Nacional sobre recursos hídricos, abril 2015.

- Acuerdo de colaboración ICEX-APEX Brasil, de mayo de 2010, renovado en abril de 2015.

- Acuerdo de Colaboración entre ICEX y la Agencia Gaucha de Desarrollo y Promoción de Inversiones (AGDI, Rio Grande do Sul), diciembre 2014.

- Acuerdo de colaboración entre el Ministerio de Fomento y el PNUD, de marzo de 2014. Da soporte jurídico a la colaboración entre las empresas públicas de ingeniería y planificación de infraestructuras INECO (España) y

- EPL (Brasil). En trámite de renovación. (enero 2017)

- Acuerdo de colaboración entre CDTI y FINEP, de diciembre de 2013.

- Acuerdo de colaboración ICEX-Investe Sao Paulo, de noviembre de 2013.

- Acuerdo de colaboración entre BNDES e ICO, de octubre de 2013.

- Acuerdo de colaboración entre el Ministerio de Transportes y el Ministerio de Fomento, de diciembre de 2012, junto a un acuerdo entre INECO y EPL. En trámite de renovación (enero 2017).

- Acuerdo de Colaboración entre Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación de Brasil y la Secretaría de Estado de Innovación, de noviembre de 2012.

Perspectivas de futuro

La situación actual de Brasil complica las previsiones a medio-corto plazo. Se sospecha que la impopularidad de las reformas estructurales que ha de emprender el país llevará a un turbulento año preelectoral de los que no suelen favorecer la economía. Los expertos prevén que a finales de año haya una inflexión, aunque para eso aún falta que discurra todo 2017.



Gas Natural Fenosa compra dos plantas solares en Brasil



Global Power Generation (GPG), filial de generación de energía de la empresa española, ha adquirido una participación mayoritaria del 85% en dos complejos solares en el Estado de Piauí, en la región nordeste del país. Esta operación contempla inversiones por parte de Gas Natural Fenosa del orden de, aproximadamente, 85 millones de euros. Según las previsiones, su puesta en marcha tendría lugar en el segundo semestre de 2017. El acuerdo se ha cerrado con la vencedora de la licitación de dichos parques, la también española Gransolar. La producción estimada de las plantas (Sobral I y Sobral II) será

de 154 GWh anuales. Los dos parques suman una potencia combinada de 68 MW. Global Power Generation -una compañía dedicada al negocio de generación eléctrica- ha diseñado un ambicioso plan de expansión, principalmente en el ámbito de las renovables, con la intención de controlar la producción de 2.700 MW hasta 2020. Gas Natural Fenosa, por su parte, ya está presente en Brasil desde hace casi 20 años y, en la actualidad, opera las concesionarias de distribución de Ceg y Ceg Rio en el Estado de Río de Janeiro, y Gas Natural São Paulo Sul, con unas inversiones acumuladas de 5.000 millones de reales (1.358 millones de euros) desde el inicio de sus operaciones.

Volkswagen invertirá 439 millones de euros en el sector de vehículos pesados de Brasil

La división de camiones y autobuses del grupo Volkswagen pasa por uno de los peores momentos de su historia en Brasil, pero ha decidido hacer una apuesta de futuro.

Según información aparecida en Folha de Sao Paulo, recientemente, la empresa anunció un plan para invertir 1.500 millones de reales (aproximadamente 439 millones de euros) en los próximos cinco años, período en el que pretende modernizar sus fábricas y mejorar el desarrollo de productos. Los directivos de la empresa alemana creen que el mercado brasileño volverá a crecer a partir del año 2017, un comienzo tímido, con un aumento previsto del 1% en comparación con el año 2016.

Según datos de Anfavea (Asociación Nacional de Fabricantes de Automóviles), el sector de vehículos pesados debe cerrar 2016 con 59.000 unidades vendidas. Son datos parecidos a los de 1999 cuando se matricularon un total de 61.000 camiones y autobuses. El record se alcanzó en 2011, con un total de 208.000 vehículos pesados vendidos en Brasil en ese año.



AENOR ayudará a empresas cerámicas brasileñas en su acceso a nuevos mercados

El acuerdo se enmarca en la labor de esta entidad de certificación para facilitar a las compañías la apertura de mercados para sus productos.

La Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR) y el Centro Cerámico de Brasil (CCB) han firmado un acuerdo de colaboración para impulsar las exportaciones de baldosas cerámicas fabricadas en el país sudamericano a nuevos mercados. Mediante esta alianza, la entidad con sede en Madrid se encargará de realizar las auditorías y emitir los certificados de conformidad necesarios para acceder a Estados como Ecuador y Arabia Saudí, entre otros. Por su parte, el CCB realizará las inspecciones y los ensayos correspondientes.

Este convenio permitirá a las firmas brasileñas cumplir con los requisitos técnicos de la Norma ISO 13006, un referente para el comercio global de la citada clase de artículos, según informa AENOR en nota de prensa.

Dicho estándar establece la clasificación de las baldosas cerámicas en función del grado de absorción de agua y fija las características y métodos de ensayo que se deben seguir. Asimismo, indica cómo ha de hacerse el marcado del producto y los símbolos recomendados de



uso. Su cumplimiento es necesario para el despacho aduanero en numerosos países.

Brasil es el segundo productor internacional de cerámica con más de 6.000 millones de m² fabricados en 2014, cifra que sitúa su cuota de mercado mundial en el 7,3%, según las mismas fuentes.

El acuerdo se enmarca en la labor de AENOR para facilitar a las compañías su expansión al exterior. La

entidad tiene autorización para emitir certificados de conformidad de producto necesarios para entrar en Arabia Saudí, Argelia, Ecuador, Rusia, Bielorrusia, Kazajistán, Uzbekistán y Armenia, entre otros estados. Por otra parte, el objetivo del CCB es desarrollar y aplicar las normas técnicas y garantizar la calidad de los productos cerámicos elaborados por empresas locales de la mayor economía de América Latina.

Brasil reduce el tipo de interés de referencia al 13,75%

En la octava y última reunión ordinaria del año -celebrada los días 29 y 30 de noviembre-, el Comité de Política Monetaria (COPOM), del Banco Central de Brasil, decidió recortar el tipo de interés básico de referencia (tasa SELIC) en 0,25 puntos porcentuales.

Con esta decisión, la tasa baja del 14% al 13,75% anual. La entidad

informa en su comunicado de la posibilidad de intensificar la distensión monetaria, que dependerá de cuánto ayude a bajar la inflación el crecimiento más débil de la economía, así como de la continuidad de la profusión de capitales para las economías emergentes.

El Comité entiende que la convergencia de la inflación hacia la meta

del 4,5% en el horizonte 2017-2018 es compatible con un proceso gradual de flexibilización monetaria. Hasta octubre, el Banco Central hablaba de una relajación "moderada y gradual". Entonces, la entidad introdujo una rebaja de 25 puntos básicos en la tasa oficial básica de interés, que pasaba del 14,25% al 14%.



La IV edición de IMEX-Andalucía más de empresas visitante

Andalucía cerró con un 19% más que en la pasada edición

La 4ª edición de IMEX-Andalucía tuvo lugar en el Palacio de Congresos y Exposiciones de Sevilla (FIBES) los días 30 de noviembre y 1 de diciembre. Esta edición de la feria en Andalucía, estuvo nuevamente organizada por la revista Moneda Única y la Consejería de Economía y Conocimiento, a través de Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior.

La feria cerró sus puertas con 1.897 visitantes (un 35% más que la pasada edición) de los que el 91% correspondieron a profesionales andaluces de 850 empresas de esta región. Fueron dos intensas jornadas de conferencias, charlas, entrevistas y encuentros sobre internacionalización y comercio exterior en la que se desarrollaron 1.829 reuniones con los 81 expertos de los 54 países que estuvieron presentes.

Además de ejercer como escaparate de todos los servicios y productos para la salida al exterior de las pymes andaluzas, acogió 48 conferencias y contó con el apoyo de numerosas instituciones públicas y privadas entre los que estuvieron: ICEX-España Exportación e Inversiones, CESCE y Red Logística de Andalucía, en el ámbito público, además de entidades bancarias y logísticas, consultoras o entidades especializadas en comercio exterior o empresas privadas como Air France KLM; Banco Sabadell; Banco Santander; Bankinter, Banco Nacional de Guinea Ecuatorial; el Club de Exportadores e Inversores, Europea Group, DHL Express, Job Servicios, Kompass, Rusbáltika, Ternum, Transavia, Caja Sur, el Instituto Alemán de Comercio Internacional y Turkish Airlines.

“La internacionalización está cambiando nuestras empresas y nuestra sociedad”



Antonio Ramírez de Arellano López, Consejero de Economía y Conocimiento de la Junta de Andalucía.

El consejero de Economía y Conocimiento de la Junta de Andalucía, Antonio Ramírez de Arellano, inauguró junto con el presidente de IMEX, Jaime Ussía, la IV edición de la feria IMEX-Andalucía. El consejero destacó la importancia de la celebración de esta feria en Andalucía felicitando a la organización, Moneda Única, y destacando el importante papel que realiza Extenda. Dio algunos datos confirmados hasta ese momento de empresas inscritas y entrevistas concertadas con los representantes de los países y dijo que esas dos jornadas servirán para impulsar la internacionalización, concepto que, según refirió, ha sido el impulsor del verdadero cambio económico.

“El verdadero cambio estructural gira en torno a la internacionalización”, dijo Ramírez de Arellano, a lo que añadió que en Andalucía ya hace un tiempo que las empresas han comenzado a hacerse las preguntas correctas para convertirse en empresas que no dependan solo del mercado nacional, incluso buscando otros mercados diferentes a los tradicionales. “La internacionalización está cambiando nuestras empresas y nuestra sociedad”, dijo. Haciendo una retrospectiva, a mediados de los 80, hace 30 años, después de que España ingresara en la CEE las exportaciones andaluzas eran 1.000 millones de euros y 30 años después esta cifra se ha multiplicado por 25, seguramente superándose en 2016 los 25.000 millones de euros de exportaciones no energéticas.

Facilitó también datos recientes; desde enero hasta septiembre de 2016 Andalucía vendió al exterior casi 19.000 millones de euros, destacando también la importancia que supone tener superhábit en la balanza comercial, que fue de 1.168 millones de euros en los nueve primeros meses de 2016, generándose así un efecto multiplicador en el PIB andaluz.

Destacó dos sectores que aportan mucho; el agroalimentario, con un 19% de incremento en el periodo mencionado y en el que Andalucía lidera las exportaciones españolas (con un 25% del total) y el aeronáutico. De las grandes empresas de ambos sectores dijo que están llamadas a responder al reto de convertirse en tractoras de la economía, generando un sólido tejido empresarial, canalizando la innovación y calidad para mejorar la competitividad.

También mencionó datos de Sevilla (sede de la IV edición de IMEX-Andalucía) que es la tercera provincia con mejor comportamiento de las exportaciones en el periodo enero-septiembre de 2016, subiendo un 19% con respecto al año anterior en el mismo periodo, con ventas que superaron los 4.000 millones de euros.

Destacó el V Plan de Internacionalización del gobierno de Andalucía, que consta de 64 programas con 16 líneas estratégicas y cuenta con una inversión de 300 millones de euros. Se busca que las exportaciones representen el 20% del PIB andaluz, superando los 25.000 millones de exportaciones no energéticas, con más de 20.000 empresas exportadoras (5.000 de ellas regulares) y que incremente en más de 100.000 empleos los vinculados al sector exportador, llegando a los 425.000. Entre los objetivos de este plan destacó: Instrumentalizar el peso del sector exterior en el PIB; fortalecer el tejido empresarial en innovación, ayudando a responder las preguntas



Antonio Ramírez de Arellano con Jaime Ussía tras la inauguración oficial de la IV edición de IMEX-Andalucía.

de las empresas que se plantean su salida al exterior; sostener y generar empleo de calidad; diversificar la geografía de las exportaciones; atraer inversión directa a Andalucía, y, por último, impulsar ser-

vicios de información, gestión y evaluación. Concluyó hablando de la importancia de diversificar los mercados internacionales teniendo en cuenta que Europa atraviesa un periodo de

incertidumbre política y también reclamó mayor inversión en Andalucía por parte del Gobierno de España, exigiendo que, como lo considera la UE, los corredores Mediterráneo y Atlántico pasen por Andalucía.



El personal de Extenda, incluyendo toda su Red Exterior, posan junto con el consejero de Economía y Conocimiento, el presidente y consejera delegada de Extenda y directivos de la Junta de Andalucía.

“El esfuerzo realizado en el aumento de presencia en países es muy valorado por las empresas andaluzas”

El presidente de IMEX, Jaime Ussía, se dirigió a los asistentes agradeciendo la tarea desarrollada por Extenda en la organización conjunta con Moneda Única de la 4ª edición de la feria en Andalucía, que contempla un esquema exitoso planteado desde el principio en el que en IMEX presenta: una exclusiva zona de exposición, un amplio programa de conferencias que trata casi todos los aspectos relacionados con la internacionalización y, en tercer lugar, la presencia de los 54 países representados por las oficinas económicas y comerciales de las embajadas extranjeras en España, las Cámaras de Comercio bilaterales, consultores especializados y la Red Exterior con la que cuenta Extenda, que ya abarca 41 países.

Respecto de el número de países presentes en IMEX-Andalucía dijo: “Estoy convencido de que este esfuerzo realizado en el significativo aumento de presencia en países es



Jaime Ussía Muñoz-Seca, Presidente de IMEX-Impulso Exterior.

muy valorado por las empresas andaluzas que cada vez más demandan los servicios de la red exterior de Extenda. Muchos de ustedes, empresarios, han concertado reuniones con los 84 representantes de estos países, en una cifra superior a la del

año pasado, que sin lugar a dudas facilitará la correcta internacionalización de sus empresas”.

Se refirió también a la apuesta institucional como lo que ha hecho posible el aumento del número de empresas exportadoras habituales, que es lo que finalmente da solidez al crecimiento empresarial. “Este crecimiento también se ha debido a una cada vez mayor calidad de los productos y servicios por las empresas andaluzas, lo que hemos podido constatar en estos cuatro años que venimos celebrando nuestra feria en Andalucía”.

Jaime Ussía también apuntó que: “esta comunidad continúa teniendo cada vez más peso por el merecimiento de sus acciones y espero que en nuestra feria se provoquen encuentros, se genere negocio y valor a las empresas y se contribuya al desarrollo regional y local, posibilitando la cooperación empresarial contribuyendo de este modo a ayudar a que sus empresas sean algo más competitivas en su internacionalización”.



El consejero Ramírez de Arellano junto a la consejera delegada de Extenda, Vanesa Vernad y al presidente de IMEX, Jaime Ussía.



SI PIENSA EN EXPORTAR, PIENSE EN DHL. EL ESPECIALISTA EN INTERNACIONAL.

Porque contamos con un gran equipo con expertos locales en gestión de aduanas y una red global propia, con la que le ayudaremos a llegar a más de 220 países y 120.000 destinos en todo el mundo.

DHL – Excellence. Simply delivered.
dhl.es





Zona de exposición



Air France, KLM y Transavia ofrecieron las rutas más interesantes para los empresarios andaluces que quieren exportar sus negocios.



Josefina Nuez, directora de Negocio Internacional de la Dirección Territorial Sur de Banco Sabadell, atendió las consultas de los empresarios.



BANGE, considerado como el primer banco de Guinea Ecuatorial, planifica próximas aperturas internacionales. Sus pilares: eficiencia, orientación comercial, prudencia en riesgos y desarrollo humano.



Autoridades y directivos del Santander en su stand. De izquierda a derecha: Juan Antonio Hernani, director comercial de Empresas de Andalucía; Jaime Ussía, presidente de IMEX; Luis Jiménez, director de negocio internacional en Andalucía; Antonio Ramírez de Arellano, Consejero de Economía y Conocimiento de la Junta de Andalucía; Alberto Delgado, director territorial; Vanessa Vernad, consejera delegada de Extenda; Jaime Uscola, director de Negocio Internacional y Miguel Gómez, responsable Comercial de Negocio Internacional en Andalucía.



Extenda, coorganizador de la IV edición de IMEX-Andalucía mostró lo mejor de su estructura y su personal se entregó a fondo, siempre atento a la demanda de los empresarios andaluces que quieren internacionalizar sus negocios. Su stand fue un punto de encuentro para la orientación a la internacionalización, con una gran actividad; el grado de satisfacción de los visitantes fue muy alto.



En el stand de Bankinter se realizaron numerosos contactos y visitas de empresarios y clientes.



La empresa Almendras del Marquesado buscó introducir su exclusivo producto en mercados internacionales.



La gaditana Bodegas Páez Morilla expuso sus vinagres, vinos y salsas.



CESCE da servicio para que cobrar no sea un obstáculo para las empresas internacionalizadas.



Con su presencia, el Club de Exportadores e Inversores Españoles apoyó la internacionalización de las empresas andaluzas.



La multinacional DHL es el proveedor ideal las pymes que comienzan sus primeras exportaciones.



Europea Group es la compañía líder en servicios aduaneros, de logística y transporte.



Caja Sur, de origen cordobés, es la entidad de referencia para las empresas andaluzas que operan en el sector agroalimentario.



ICEX-España Exportación e Inversiones atendió las consultas en su stand y ofreció una interesante conferencia sobre cómo utilizar la información en la toma de decisiones.



Su compañía de bajo coste para Francia, Holanda y Alemania



transavia

AIRFRANCE KLM



IACI-Instituto Alemán de Comercio Internacional ofreció sus programas formativos y su servicio de consultoría y asesoramiento.



El Instituto Halal, con más de 300 clientes en España, certifica bienes y servicios para el consumo de los musulmanes.



El equipo de Job Servicios, consultora especializada en Guinea Ecuatorial, con su CEO Alberto Rey al frente.



Karine Brück International asesora a numerosas compañías en sus procesos de internacionalización.



La base de datos de Kompass incluye datos claves de las empresas para ayudarle a optimizar sus acciones de ventas y Marketing.



La Oficina Española del Perú en España un año más presente en IMEX dando a conocer las oportunidades de negocio en el país americano.



Rusbáltika ha realizado con éxito proyectos de internacionalización en países del este de Europa para numerosas compañías españolas.



Turkish Airlines tiene una red de vuelos a 261 destinos en 108 países de Europa, Asia, África y América.



Capte Clientes Potenciales a nivel Mundial con la **Base de Datos B2B** de Kompass

- ✓ Busque y encuentre los mejores partners en **más de 60 países** de cualquier parte del mundo por sector, producto o servicio.
- ✓ Encuentre información detallada de **más de 5.055.000 empresas** a nivel mundial y consulte los datos disponibles de cada empresa (datos de contacto, actividad, cifras claves, dirigentes...).
- ✓ Genere contactos cualificados B2B entre los **más de 7 millones de profesionales** a nivel Mundial y 500.000 en España que consultan Kompass cada mes.

KOMPASS



Financiación para abordar mercados internacionales

La mesa redonda “Financiación para abordar mercados internacionales” contó con la presencia de cinco entidades. Estuvo moderada por **Ignacio To-**

rres, socio de IES Global, que dio la bienvenida a los asistentes, introdujo los temas que se trataron y presentó a los ponentes.

Jaime Uscola, director de Negocio Internacional de Santander Espa-

ña, comenzó haciendo una reflexión sobre el contexto actual, global, en el que están ocurriendo sucesos muy relevantes. Citó el Brexit, las elecciones en Estados Unidos y la inminente votación de los



Ignacio Torres, Partner en IESGLOBAL.



Jaime Uscola Lapiedra, director de Negocio Internacional de Santander España.



Josefina Nuez del Rosario, directora de Negocio Internacional de la Dirección Territorial Sur de Banco Sabadell.

italianos donde decidirán el futuro de la formación del parlamento de este país, con un posible importante impacto en los mercados internacionales. En 2017, dijo, habrá elecciones en Francia, Alemania, y este contexto genera inquietud y la consiguiente volatilidad en el mercado. Pero con todo, dijo Uscola, “Hay un hecho objetivo, que el 99% de la capacidad de compra que existe en cuestión del PIB está fuera de España, y yo creo que eso es una buena noticia, que es satisfactorio para todos los que estamos aquí”.

Siguió expresando cuál es el impacto en las pymes, en las empresas de primer establecimiento y el establecimiento fuera, y señaló que en Andalucía hay más de 18.000 empresas que han exportado el año pasado, lo que muestra la sensibilización por parte de las empresas.

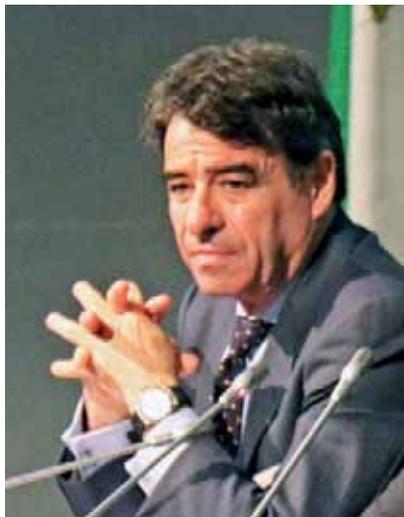
Sobre las decisiones clave, señaló tres dependiendo en la fase en la que se encuentre la empresa. Si se encuentra en el comienzo hay que tener un conocimiento de la contraparte, ir de la mano de socios adecuados, asegurando el co-▶



Emiliano Pozuelo de Gracia, director de Financiación y Apoyo a Empresas de CajaSur.



Jorge Andreo Ramírez, director Comercio Internacional en Bankinter.



Álvaro Portes Fernández, director Territorial Sur de Cesce.

bro de la venta realizada. Como segunda cuestión citó la financiación, que siendo los tipos de interés los más bajos conocidos representa una gran oportunidad para el desarrollo empresarial y terminó señalando la importancia del correcto manejo de divisas en países donde la moneda no es el euro.

Por parte del Banco Sabadell intervino **Josefina Nuez**, directora de Negocio Internacional de la Territorial Sur, que dijo que la experiencia que se tiene desde el Sabadell es que las empresas ya nacen teniendo en cuenta que su mercado va más allá de las fronteras de España, que España es un mercado limitado y que su negocio natural tiene que estar en el mundo. Teniendo en cuenta esto y que todas las decisiones nacen en la vía comercial, estas tienen que ir acompañadas de la vía financiera.

“Tradicionalmente nos hemos vinculado a los productos básicos de pólizas y de préstamos pero nosotros creemos que la única manera de avanzar es creando nuevas formas de financiación basadas en las propias operaciones, en la estructura de la operación, en la solvencia de nuestros clientes y cómo no, aprovechándonos de todas esas pólizas de seguros que están en vigor y que hoy más que nunca hacen de soporte como garantía del cobro, como instrumento financiero” señaló Nuez, a lo que también añadió la importancia que tiene la divisa en las operaciones internacionales, siendo deseable que las empresas se financien en la misma divisa. Concluyó destacando la importancia del crédito suministrador, crédito comprador, para una pequeña empresa que seguro que puede disponer de instrumentos distintos a los del balance -que puede no tener- reduciendo costes y eliminando riesgos. De esto dependerá, dijo Nuez, que los proyectos empresariales de una pequeña empresa tengan más o menos éxito.

Emiliano Pozuelo de Gracia, director de Financiación y Apoyo a Empresas de CajaSur, hizo una

breve presentación de CajaSur, perteneciente al Grupo Kutxabank, con un importante compromiso con las empresas andaluzas que ha demostrado su solvencia y presencia internacional además de tener una amplia red de especialistas para empresas e internacional, algunos de ellos con experiencia de más de 20 años. Para dar un buen servicio, dijo, “entre otras cosas hay que conocer bien la tesorería, las finanzas corporativas, la evaluación de proyectos de inversión”. Añadió también que en Andalucía, atendiendo al principio fundamental de la diversificación, es muy importante diversificar las fuentes de financiación de la empresa y siendo la bancaria una de las más importantes en caso de una pyme, es muy bueno contar con un pool bancario lo suficientemente amplio.

Dijo que la cercanía es un factor importante a la hora de elegir un banco, que sumado a la posibilidad de diversificar sondeando otros mercados como los tradicionales europeos, como puede ser China, donde la balanza de pagos es muy deficitaria, con una logística más barata y unos aranceles asequibles en comparación con otros mercados, hace que el precio final del producto sea más barato que el de los competidores, como los pasos que hay que dar para internacionalizarse y las posibilidades que esta situación financiera actual ofrece a la empresa.

Jorge Andreo, director de Comercio Internacional en Bankinter, comenzó relatando dos motivos de peso por encontrarse en una feria como IMEX; que Bankinter es un banco que desde sus orígenes -hace 52 años- nació como un banco industrial, un banco de empresas lo que ya marcó desde entonces su actual actividad, y que más de un tercio de la generación del PIB español viene como consecuencia de los cobros, de las exportaciones de bienes y servicios que hacen las empresas españolas. Un tercio del PIB español, dijo Andreo, procede de ahí, algo más de medio billón de euros al año, del cual

una mitad son exportaciones y la otra importaciones. De esas exportaciones casi el 11% se genera en Andalucía, que es la cuarta comunidad exportadora en España y líder en el sector agroalimentario, a lo que añadió que desde Bankinter se mira cómo soportar las necesidades financieras de las empresas. Aconsejó que se solicite la financiación sin complejos, ya que otorgarla es lo que quiere el Banco y también se refirió a que es el mejor momento de la historia que se ha encontrado la empresa española para acometer un proyecto tan caro como es la internacionalización, con los tipos de interés tan bajos, unos costes salariales bajos, unos costes de la materia prima bajos, lo que hace que el coste productivo en España sea muy competitivo.

Dijo que la mayoría de las empresas pueden clasificarse en función del proceso en el que se encuen-

tran. Están las importadoras, -el monto de importación supera en 30 mil millones a las exportaciones-; las que están comenzando a exportar, con unas necesidades muy distintas, y aquellas que comienzan su expansión, abriendo una filial en el exterior. Cada una de ellas tendrá diferentes necesidades financieras.

Álvaro Portes, director Territorial Sur de CESCE, se hizo eco de algunas de las cosas que habían apuntado sus compañeros de mesa. En un contexto internacional complejo, volátil y con un ritmo de cambio muy acelerado, nacen muchas incertidumbres, dijo, a lo que añadió que a pesar de esa incertidumbre las previsiones de todas las entidades como el Fondo Monetario Internacional, y otras organizaciones mundiales apuntan a que la economía mundial va a crecer en los próximos años a un ritmo del 3,2%. Las economías OCDE tienen

una previsión de crecer un 1,9% y pese a que los emergentes desaceleran su crecimiento, seguirán siendo el motor del crecimiento global. Y de esto se desprende que hay grandes oportunidades en los mercados internacionales.

Tras apuntar la importancia que tiene asegurar las ventas internacionales, terminó diciendo que si se quiere continuar creciendo hay que innovar, que es lo que hizo CESCE, que además de asegurar los cobros facilita el acceso a la financiación apoyándose en las entidades financieras, utilizando títulos de liquidez.

Concluyó invitando a los asistentes a que su salida al exterior se produzca más allá de la UE, "aunque esta sea el área donde más cómodos nos sentimos, hoy, áreas dominadas por los países emergentes son las que están ofreciendo unas mayores oportunidades de crecimiento".

Certificado OEA
Authorized Economic Operators
AEOF - Simplificaciones aduaneras:
Protección y Seguridad



EUROPEA

distancias
sin límites

- Aduanas /Just in time.
- Servicios Aduaneros.
- Servicios marítimos con las principales compañías marítimas.

- Servicios Logísticos.
- Proyectos Especiales.
- Asesoramiento aduanero fiscal.



Más de 1.800 reuniones b2b entre los visitantes y los representantes de los 54 países

Uno de los mayores atractivos para el visitante de IMEX-Andalucía 2016 fue la posibilidad de tener entrevistas b2b con los 81 expertos representantes económicos y comerciales de 54 países entre los que se encontraban numerosos consejeros económicos y co-

merciales de embajadas extranjeras en España, consulados, cámaras de comercio bilaterales y la red de Extenda que da servicio en 41 países a través de sus 29 sedes repartidas por todo el mundo. Las altas cifras obtenidas en la pasada edición de la feria en Andalucía celebra-



La Embajada de Albania en España, un año más atendió las consultas comerciales de los visitantes.



La consultora Rusbáltika, especializada en Rusia, Bielorrusia y Bálticos despachó decenas de consultas en su stand.



da en Málaga se superaron en la de Sevilla, obteniendo un total de 1.329 reuniones personales entre los citados representantes comerciales y los empresarios que solicitaron las entrevistas, que en su mayor parte fueron andaluces.



Maya Stanislava, presidenta de la Cámara de Comercio Hispano-Búlgara.



Tomás Pablo, presidente de Wolf&Pablo es el representante de Chile que ha asistido durante 14 años a todas las ediciones celebradas por IMEX en España.



Teresa Aragón, socia de Quabbala Abogados y Economistas, representó a China y Hong Kong.



Sofía Zapata, directora de proyectos de Excom, especializada en el mercado colombiano.



Ecuador estuvo representado por la Oficina Comercial de Ecuador en España.



La red exterior de Extenda, presente al completo en IMEX-Andalucía 2016, realizó 1.150 entrevistas personales en las dos jornadas de la feria con las empresas andaluzas de todos los sectores de actividad, de las cuales 1.068 se habían concertadas previamente al comienzo de la feria.



Tarek Elkeden, Consejero Comercial y Walid Ramadan, tercer secretario de la embajada de Egipto.



Francisco Flores y Adrián de la Guía, de la Cámara de Comercio de EE.UU. en España.



Sebastián Álvarez, director del Departamento de Estudios de la Cámara de Comercio Franco-Española de Comercio e Industria.



Guatemala estuvo representado por Francisco Fernández, presidente del Círculo de Comercio Internacional.



El Banco Nacional de Guinea Ecuatorial, presente mediante una importante delegación.



Job Servicios, empresa consultora especializada en Guinea Ecuatorial atendió numerosas entrevistas en su stand.



Pedro Cordero, encargado de la atracción de inversión directa a Japón y Relaciones Institucionales de JETRO, respondió sobre las cuestiones formuladas sobre Japón.



Abderrahman Talahaoui, responsable de Asuntos comerciales de la Embajada del Reino de Marruecos en España.

JOB SERVICIOS

Job Servicios le ofrece un amplio repertorio de servicios en distintos ámbitos laborales.

Además, para ayudarle en la implementación de su empresa, ponemos a su disposición un consultor que conoce el mercado y aporta las mejores soluciones.



JOB SERVICIOS

SOMOS TU PROVEEDOR DE SERVICIOS DE CONFIANZA.

MANTENIMIENTO

Mantenimiento integral de edificios.

- ▲ PINTURA
- ▲ ELECTRICIDAD Y DOMÓTICA
- ▲ FONTANERÍA
- ▲ JARDINERÍA
- ▲ CLIMATIZACIÓN

CONSULTORÍA Y ASESORAMIENTO JURÍDICO

CARPLUS

Alquiler de limusinas y vehículos de alta gama con conductor.

ALQUILER de vehículos

Vehículos con capacidad de carga de hasta 3.500 Kg alquileres diarios, semanales o mensuales.

WORL PRINT

Servicio de reprografía de alta producción y calidad con entrega urgente.
Servicio de Fax, Plastificado ...

MI CASA

- ALQUILER ▲
- VIGILANCIA 24H ▲
- PARKING privado ▲

JOB SERVICIOS asesoramiento personalizado para ti, para tu empresa y tus empleados.

Somos un despacho multidisciplinar, que permite ofrecer un asesoramiento en las distintas áreas del derecho empresarial, así como de las personas físicas.

"CONSULTORES PROFESIONALES QUE CONOCEN EL MERCADO"

Oficina Central **Malabo II**
Guinea Ecuatorial
+ 240 222 100 559
+ 240 555 917 527

Oficina España
+ 34 91 230 93 41
+ 34 670 47 47 21
+ 34 687 07 12 15

WWW.JOBSERVICIOS.COM





México fue representado por Manuel Carlos Pérez, delegado en España de la ANIERM.



Perú atendió las entrevistas en su stand, atendidas por la Oficina Económica y Comercial de la Embajada del país andino en España.



La ministra para Asuntos Económicos y Comerciales de la República Dominicana en España, Carolina Peguero.



Stefan M. Krasovschi, Consejero Económico del Consulado General de Rumanía en Sevilla.



La Cámara de Comercio Hispano Sueca, con su secretaria General, Jenny Sundström al frente.



Oleg Vlášenko, Cónsul de Ucrania en Málaga.



El consejero vietnamita, Thuong Nguyen, estuvo resolviendo cuestiones formuladas por los empresarios andaluces.



Se mantuvieron 1.829 reuniones entre empresarios, en su mayoría andaluces, y los 81 representantes de 54 países.

LA MEJOR LOCALIZACIÓN LOGÍSTICA

en el centro de la PENÍNSULA IBÉRICA



- Parcelas de hasta 400.000 metros cuadrados.
- En Illescas, a 35 Km. del centro de Madrid y con un 18,5% del PIB de España en un radio inferior a 60 Km.
- Por la calidad y sostenibilidad. El primer Eco-Polígono de España.
- Por competitividad.
- Las mejores comunicaciones con toda la península.

Compañías implantadas en Plataforma Central Iberum:



www.plataformacentraliberum.com

+34 925 542 001





48 conferencias de Negocio Internacional

Las 48 conferencias de negocio internacional que se abordaron en IMEX-Andalucía contaron con un total de 61 ponentes y más de 1.000 asistentes. Además del auditorio, donde se produjo la inauguración y se celebró la mesa redonda de financia-

ción, se necesitaron dos salas para impartir conferencias, cada hora, durante las dos jornadas de la feria. En la zona de exposición los stands de Extenda y Santander también albergaron conferencias y la en la sala Ciclo hubo un programa de conferencias a cargo de DHL y Bankinter.



En la sala Ciclo se programaron 12 conferencias de mercados, productos financieros y servicios logísticos, con el auspicio de Bankinter y DHL.



El Santander ofreció sendas conferencias en su stand; "impulsando pyme" y "divisas y cambio de riesgo".



Nicolás Mouze, director de DHL, enumeró los 10 aspectos clave para el e-commerce internacional.



En el stand de Extenda se impartieron 13 conferencias con la programación para 2017 de los sectores agroalimentario, bienes de consumo, industriales, servicios y también sobre financiación en la actividad internacional.



Antonio Rodríguez Alba, responsable del Servicio de Estadísticas de Comercio Exterior de ICEX habló de cómo utilizar los servicios de información de ICEX sobre Estadísticas de Comercio Exterior para la toma de decisiones y mejorar la competitividad de la Pyme.



Alejandro López y **Susana Martín**, directores de Comercio Exterior en Banco Sabadell hablaron sobre el asesoramiento, conocimiento y experiencia en el Negocio Internacional.



Carlos Rapallo Fernández, de Garrigues, sobre estrategias de protección de marca en China.



José María Rodríguez, Director ejecutivo de MB "Rusbáltika" mostró las oportunidades de negocio en el este de Europa.



Andrés Aroca, responsable estructuración Negocio Internacional en Bankinter, habló de la importancia de los avales y garantías internacionales para las pymes.



Jaime Uscola, director de Negocio Internacional de Santander España.



Terry Mankertz, Head of Sector: IT, Electronics & Communications and Creative, impartió una jornada técnica del sector TIC en el Reino Unido.



Alicia Ferrero, spanish Desk Santander UK Banco Santander; Vanessa Bernad, consejera delegada de Extenda y Victoria Pascual-Heranz, responsable de Brexit del Departamento de Internacionalización de KPMG analizaron las perspectivas del mercado británico.



Nicolás Mouze, Director de Marketing y Ventas DHL Express, y Antonio González, Fundador en www.visual-click.com, dieron las soluciones de transporte y distribución para la venta online en Andalucía.



María Lara presentó las novedades y nuevos programas de Extenda.



Pablo Sánchez, Socio director de Roots for Sustainability destacó las oportunidades en mercados de bajos ingresos: un mercado emergente de 4.000 millones de personas.



Alberto Rey Núñez, CEO de Job Servicios, se refirió a Guinea Ecuatorial.



Bernardo Muñoz, Consejero de la Oficina Comercial del Perú en España.



Extenda promovió la conferencia “¿Qué necesita mi marca para triunfar en el mercado Internacional?” impartida por Ignacio Ramos, presidente de CIAC.



Sala Ciclo.



Isabel M^a Peña, directora ejecutiva de IACI; Ana Llopis, presidenta de la Asociación de Mujeres Empresarias Hispalenses y Mike Mösch, socio de IACI, en las 10 salidas profesionales más atractivas del comercio internacional.



Francisco de la Torre, director del Servicio Agrario de CajaSur y Emiliano Pozuelo de Gracia, director de Financiación y Apoyo a Empresas de CajaSur, hablaron de cómo competir con éxito en el exterior.



Esther Pérez-Borbujo, directora de la oficina de Extenda en Italia, presentó su oficina.



A STAR ALLIANCE MEMBER

YOUR MOST IMPORTANT MEETING OF THE DAY

Savour our authentic Turkish coffee on board every flight, so you arrive refreshed and ready for whatever the day brings.

For more information, visit www.turkishairlines.com or join the club TCCL@THY.COM

TURKISH AIRLINES

TURKISH CORPORATE CLUB



El nuevo panorama online para el exportador

Texto: **Itziar Yagüe**

Algunos expertos hablaban en 2013 de que en 2017 las ventas online en Europa llegarían hasta los 191 mil millones de euros. Hoy, recién estrenado este año sabemos que en 2015 Europa generó 455.300 millones de euros de ventas en internet, con un crecimiento del 13,5% en comparación con el año anterior.

Así, la estimación de ventas online en Europa para 2018 se sitúa en los 660.000 millones de euros, según eCommerce Europe, organización que estudia y proporciona todos estos datos. Vista la progresión de crecimiento, esta estimación

puede quedarse corta fácilmente. En Europa hay 296 millones de compradores online, que gastan una media de 1.540 euros. A la cabeza de ese consumo online está el Reino Unido, con 157.000 millones

Se calcula que las ventas del comercio electrónico en Europa en 2018 llegarán a los 660.000 millones de euros

de euros, y un gasto medio de 3.625 euros por comprador) junto a Francia y Alemania.

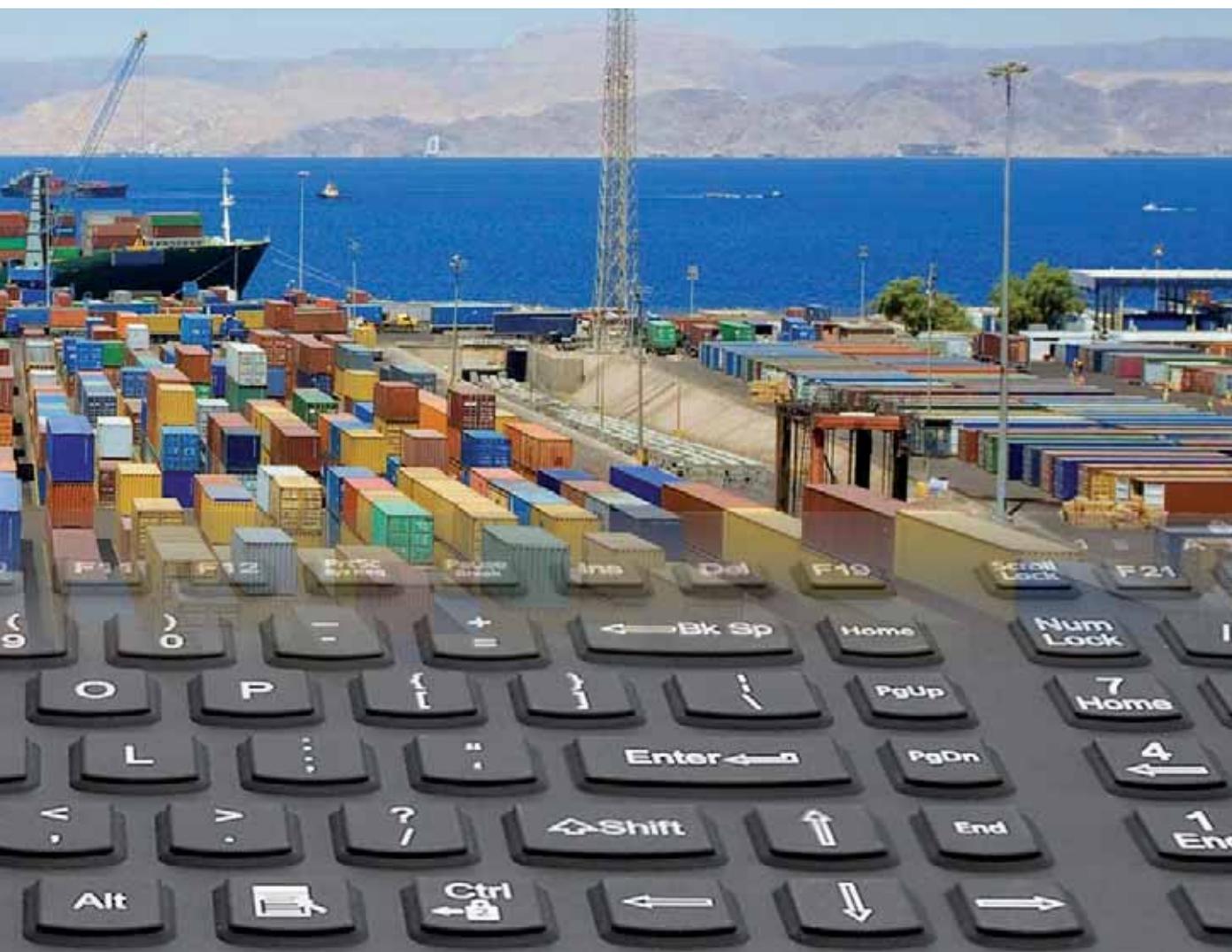
España, con un total de 18.200 millones de euros, y un 4% del mercado, es el quinto país europeo que más ventas online registró en 2015.

Cifras como estas confirman que el mayor aliado de un exportador es el entorno online. Internet permite el acceso de cualquier empresa en cualquier punto del mundo a cualquier cliente. Pero además, la red

concentra muchas herramientas pensadas para hacerle la vida y el negocio más fácil al exportador.

La tienda virtual

Quien tiene una web, puede tener también una tienda virtual. Ya se



vende absolutamente de todo online y la progresiva confianza de los consumidores también ha contribuido al desarrollo de herramientas cada vez más sencillas e intuitivas pero mucho más seguras para vender. El diseño cobra toda la importancia ya que se convierte en el punto de partida desde el que articular toda la estrategia de venta en el mercado de nuestro interés. Las pymes deben presentar diseños limpios, bien ordenados, fácilmente manejables desde cualquier soporte (móvil, tablet o pc) y con contenidos muy trabajados y de alta calidad: gráficas, imágenes, vídeos... Parece obvio pero la web debe estar tanto en inglés como en el idioma de la empresa, pero fundamentalmente en inglés. Una pyme espa-

La progresiva confianza de los consumidores ha contribuido al desarrollo de herramientas cada vez más sencillas e intuitivas pero mucho más seguras para vender en el extranjero

ñaola cuyo contenido está solamente en español tiene abierto únicamente el mercado de América Latina. Si lo que se pretende es ir más allá, la web debe vender en los dos idiomas.

El atractivo del contenido pasa también por cómo se presenta. Nadie compra a ciegas, pero en una tienda online las imágenes lo son

todo, puesto que constituyen la única referencia para el comprador. Desde contratar una noche de hotel a seleccionar unos zapatos, el consumidor quiere hacerse una idea lo más exacta posible del producto o servicio que se le ofrece. A fin de cuentas, compra sin tocar ni probar, con lo que su confianza debe satisfacerse y de esa satisfac- ▶

REPORTAJE • EL NUEVO PANORAMA ONLINE PARA EL EXPORTADOR

ción dependerá que vuelva a la tienda y que se instaure un hábito de compra.

Pero no solo de imágenes vive la tienda online. Existe un contenido en palabras que debe ser también muy preciso y exacto. Todos los términos y condiciones han de reflejar con rigor cómo se desarrollará la transacción. Política de devoluciones, gastos de envío, garantía de calidad, desglose de tallaje o cualquier otra información adicional, reflejados correctamente, avalan asimismo el producto a la venta en la web.

Ayuda online

Cada vez es más frecuente que las empresas incluyan en su web un chat de ayuda para la compra online. Es vital que el canal de comunicación entre el vendedor y el comprador sea fluido, para que el consumidor sienta esa cercanía que da la confianza. En ocasiones esa ayuda se presta en tiempo real, algo muy útil para ciertos procesos de compra que pueden resultar complicados por su naturaleza.

Seguridad

Además del diseño, la más característica más importante que debe presentar una web con tienda virtual es la seguridad. Los hackeos, el phishing y las suplantaciones online están a la orden de día y cada vez hay más consumidores que han sufrido un fraude por uso ilegal de su tarjeta de crédito en compras de productos o servicios en la red. Evidentemente ahí las entidades de servicios financieros son las que

perfiles online, la identidad, la confidencialidad de los datos y el anonimato, si así lo requiere el cliente, deben estar protegidos ante cualquier ataque.

Las redes sociales y las recomendaciones de los usuarios

Una de las mejores cartas de presentación de una compañía exportadora en los países en los que desea hacer negocio son sus redes

Las entidades bancarias velan por la seguridad de sus clientes en las transacciones online

han de velar por la seguridad de las cuentas de sus clientes, no obstante una tienda virtual debe garantizar por su parte que la transacción es segura.

Pero no son solo las cuentas financieras de los consumidores las que requieren la aplicación de estrictos criterios de seguridad. También los

sociales, diseñadas en alineación y como apoyo de la página web y la tienda virtual. Las aplicaciones de Facebook, Twitter e Instagram permiten ya las compras, y de hecho facilitan y mejoran la experiencia del consumidor.

Pero además, las redes sociales son el canal de comunicación idó-



neo entre empresa y consumidores. Ejercen como vías de información, presentación de reclamaciones, servicio de ayuda y, sobre todo, panel de recomendaciones de los usuarios. Requieren una cuidadísima atención a cargo de profesionales que puedan desempeñar la tarea de moderarlas en varios idiomas.

La nube

La disponibilidad de herramientas en línea hace posible que gran parte de la actividad diaria de una empresa que exporta sea mucho más fácil. La versatilidad, flexibilidad y las inmensas posibilidades de estas herramientas son enormes, pueden utilizarse desde cualquier dispositivo compatible con acceso a internet.

No hace falta instalar software en los dispositivos, se ofrecen planes básicos o premium y son cada vez más seguras. El almacenaje de datos y la posibilidad de compartirlos son los principales servicios que ofrecen la nube. Los usuarios, desde cualquier lugar, acceden a los contenidos, los desarrollan, comparten, editan, archivan y ordenan en línea.

Aplicaciones móviles

Es uno de los ámbitos que más favorecen la tarea del exportador y en el que más se ha avanzado. Existen desde herramientas de gestión de proyectos hasta diccionarios, monitores de envíos y aplicaciones que desglosan los Incoterms.

El avance en la transformación digital del sector de la logística ha sido espectacular

Entre ellas, se encuentra la aplicación ICEX Aula Virtual, con las claves para exportar e invertir en el extranjero, información de mercados, agenda, oportunidades de inversión y estudios e informes. Existe para todos los sistemas iOS y Android.



La gestión de redes sociales para empresas que exportan se lleva a cabo por profesionales que manejan varios idiomas

Pero además, ICEX cuenta también con una guía de Incoterms. La aplicación explica de manera interactiva y didáctica mediante animaciones gráficas. Cuenta con un glosario y existe solo para iOS. En Android existe Incoterms & Contract. El análisis de los mercados interna-

cionales está a un solo click con ITC Market Analysis Tools, que ha creado el Centro Internacional de Comercio para proveer a los exportadores de información actualizada y útil. Bases de datos con información referente a países, oportunidades de inversión, políticas de apoyo

a la internacionalización y prospección de nuevas oportunidades de exportación.

El avance en la transformación digital del sector de la logística ha sido muy rápido y espectacular. Existe Track That, que permite seguir fácilmente los contenedores transportados por las principales navieras y a su vez obtener información detallada sobre el buque y su posición en el mapa. Es posible gracias a esta app conocer la fecha exacta de la llegada de nuestra mercancía a su destino. Diseñada para iOS.

En iOS y Android se puede contar ya con iExport, la aplicación diseñada para negocios nativos online. Informa sobre la evolución del mercado, tendencias globales, nuevas oportunidades de negocio y ayuda a la detección de nuevos mercados para la exportación.

Del café al arroz solidario

La conocida periodista Nuria Roca amadrina la donación de 100 toneladas de arroz Nespresso a la Federación Española de Bancos de Alimentos compuesta por 56 Bancos de Alimentos en toda España. Como viene siendo tradicional, Nespresso ha donado su arroz solidario a la Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL) como fruto de su Sistema de Reciclaje de cápsulas usadas, implantado en España en 2009. Gracias a la alta participación de los Socios del Club, Nespresso ha vuelto a cerrar el círculo por sexto año consecutivo traduciendo el reciclaje de sus cápsulas en un beneficio tangible para la sociedad española.

El pasado mes de abril, el colaborador de MONEDA ÚNICA, Juan Royo Abenia, visitó la planta de compostaje TRADEBE donde se separa el café de las cápsulas Nespresso y viajó hasta el Delta del Ebro para participar en la fertilización de 33 hectáreas de arroz gracias a la utilización del poso del café como abono. Después, la periodista Nuria Roca, tomó el relevo y se implicó en la fase de recolección del arroz. En el maravilloso Delta del Ebro fue testigo del resultado de la cosecha. Por fin, Nespresso ha llevado a cabo la compra de las 100 toneladas de arroz resultantes para donarlas a FESBAL y ayudar a un millón de personas.

Para Thomas Reuter, director general de Nespresso España, “este proyecto nace de nuestro espíritu por preservar el medio ambiente y fomentar un desarrollo sostenible para nuestro planeta. Es el sexto año que Nespresso lleva a cabo esta tradicional donación, gracias a la ayuda de los Socios del Club y su colaboración en el Sistema de Reciclaje de cápsulas usadas. Estamos muy satisfechos con la labor desarrollada por todas las partes que participan en este proyecto, que se lleva a cabo año tras año con gran ilusión”.

Siendo testigos Nuria Roca y Juan Royo Abenia tras visitar el Banco de Alimentos de Madrid, en diciembre pasado comenzó el reparto entre los 56 bancos



que integran FESBAL según las necesidades de los mismos. Su objetivo es que en el primer trimestre del año, un millón de personas puedan disfrutar de ese arroz solidario donado por Nespresso y amadrinado por ambas figuras. Nuria Roca afirmó que “ha sido una satisfacción formar parte de este magnífico proyecto que hará felices a más de un millón de personas esta Navidad a la vez que cuida el medio ambiente. Todas las partes implicadas han desarrollado una labor impecable, que ha permitido culminar el proceso de la mejor forma posible”.

El arroz donado por Nespresso a FESBAL está fertilizado por un compost de alta calidad obtenido a partir del poso del café de las cápsulas recicladas por los clientes de Nespresso. Desde los 1.000 puntos de recogida de cápsulas usadas en toda España, Nespresso coordina el traslado de las mismas a una planta de compostaje donde, expertos en gestión de residuos de Tradebe, separan el aluminio del café mediante un proceso mecánico diseñado por ambas compañías.

El compost enriquecido con los restos de café Nespresso se convierte en un excelente fertilizante y regenerador de las tierras. El aluminio, siendo infinitamente reciclable y el mejor material para preservar el café gourmet, se traslada a otra planta de tratamiento para su posterior refundición y reutilización, de nuevo, como materia prima. Desde el primer año de vida del proyecto de arroz solidario de Nespresso en 2011 hasta la última cosecha, Nespresso ha triplicado la cantidad de compost abonada gracias al gran número de cápsulas recicladas, lo que demuestra la conciencia ecológica de los españoles que año tras año se involucran en la causa. “Esta iniciativa solidaria es un gran ejemplo de compromiso medioambiental y social de la que en Tradebe estamos muy orgullosos de formar parte. Conseguir cerrar de manera sostenible el ciclo de vida de una cápsula Nespresso es posible, además de sumarse al modelo de economía circular: de residuo a recurso” afirma Adriana Blasco, Corporate Communications Manager de Tradebe.

Previsión de aumento en España de inversión extranjera en 2017

El 95% de las empresas extranjeras aumentarán o mantendrán sus inversiones en España en 2017

Según el Barómetro, en el que han participado 700 empresas extranjeras con presencia en España, el 95% de las empresas prevén aumentar su plantilla en 2017 y el 62% su facturación.

La valoración de las empresas extranjeras sobre el clima de negocios en España ha mejorado en el último año y también ofrece perspectivas optimistas para los próximos dos años, según desvela la novena edición del "Barómetro del clima de negocios en España desde la perspectiva del inversor extranjero", realizado conjuntamente por ICEX-Invest in Spain, Multinationales por marca España y el International Center for Competitiveness del IESE.

El clima de negocios en España ha mejorado desde 2014 hasta colocarse en una valoración media de 2,9 sobre 5. Según el Barómetro del clima de negocios en España, las perspectivas de las empresas extranjeras son mejores porque se han cumplido las previsiones que se reflejaron en anteriores estudios, tanto en lo que se refiere a inversión como en plantillas, facturación y exportaciones.



Perspectivas de futuro

El 95% de las empresas encuestadas tienen previsto mantener o aumentar sus inversiones en España durante 2017, lo que revela una mejora de sus perspectivas de cara a los próximos años. Además, el 95% prevén aumentar su plantilla este año. En lo que respecta a la facturación, el 62% prevén un aumento en 2016 frente a 2015, mientras que sólo un 4% creen que disminuirá, y además el 69% creen que mejorará en 2017.

Las exportaciones de las empresas extranjeras desde España también mejorarán en 2016, según el 96% de los encuestados, y en 2017 según el 98%. Estas previsiones se hacen a partir de las encuestas respondidas en los meses de mayo y junio pasados.

Valoración del mercado

El Barómetro cuenta con las opiniones de 700 empresas extranjeras, que dan una medida de las fortalezas que nuestro país debe mantener y los puntos débiles que se deben reforzar. La mayor fortaleza española está en el capítulo de las infraestructuras, además de algunos aspectos de la calidad de vida, mientras que crece el tamaño del mercado gracias a la recuperación económica y la mejora de la demanda interna.

Los puntos que hay que mejorar están relacionados con la financiación, los costes y la innovación. Otras áreas mejorables, aunque no desvelan una mala percepción por parte de los inversores extranjeros, son el dominio de idiomas, la capacidad de aprendizaje y la aceptación de responsabilidades y objetivos. Por último, preocupan a las empresas el mercado laboral, la carga burocrática y los costes de la electricidad.

OHL servicios cierra el año con 140 millones de euros en adjudicaciones en España

OHL Servicios, división del Grupo especializada en servicios a las personas y a las infraestructuras, cierra 2016 con más de 140 millones de euros en adjudicaciones en España a través de su filial de cabecera, OHL Servicios-Ingesan, en tanto que ha iniciado su expansión internacional con nuevos contratos en Chile y explorando otros mercados como México y EEUU.

En España, ha firmado la adjudicación del servicio de recogida de residuos en varios distritos madrileños - Salamanca, Retiro, Chamartín, Mora-

talaz, Ciudad Lineal, Hortaleza, Vicálvaro, San Blas, Canillejas y Barajas - por un importe cercano a los 40 millones de euros.

Por otra parte, la compañía se ha adjudicado nuevos contratos de mantenimiento y conservación de zonas verdes, mobiliario urbano y limpieza viaria en Albacete, Boadilla del Monte, Fuenlabrada (Madrid), Alcorcón (Madrid), Parets del Vallés (Barcelona), Marbella (Málaga) y el Aeropuerto de Palma de Mallorca y ha iniciado el de Gestión Energética del Hospital Universitario de

la Princesa de Madrid, hospital público con más de 160 años de historia en el corazón de la ciudad.

La división de Servicios muestra además su compromiso social con 600 contrataciones de trabajadores entre colectivos en riesgo de exclusión social durante los últimos 10 años. Precisamente por el compromiso sostenido durante una década, OHL Servicios-Ingesan ha obtenido varios reconocimientos que demuestran el compromiso de la compañía con los colectivos más desfavorecidos.

DHL se reestructura en España y Portugal



DHL ha decidido reorganizarse en España y Portugal para poder hacer frente al reto del comercio electrónico, un mercado que sube más de un 23% al año. En concreto, DHL ha separado el negocio del transporte terrestre del aéreo en dos sociedades: DHL Parcel Iberia y DHL Express Spain. De este modo, la compañía multinacional conseguirá una mejor posición para competir en el mercado, apoyar a sus clientes y socios, generando un mayor valor a la propia compañía. DHL Parcel Iberia, empieza a operar a partir del 1 de enero de 2017 y mantendrá una estructura provincial, gestionará el negocio de transporte terrestre nacional e internacional a países europeos, así como el transporte terrestre doméstico e internacional derivado del comercio electrónico. Una de las áreas en las que más hincapié se hará, y que ha

sido rebautizada como Day Definite, es el servicio de transporte terrestre puerta a puerta con entrega al día siguiente dentro de España y con fecha de entrega predeterminada para Europa. DHL Parcel Iberia estará dirigida por Claude Piwko y tendrá 1.800 trabajadores, 1.600 en España y 200 en Portugal. Por su parte, DHL Express, que tendrá una estructura nacional, se centrará en la gestión de los servicios de transporte urgente aéreo, que incluye la gestión del comercio electrónico urgente premium en todo el mundo. La filial tendrá 1.200 empleados, 900 en España y 300 en Portugal. De esta forma, DHL sigue los pasos dados en Alemania, Holanda, Polonia, Eslovaquia o República Checa, donde la división DHL Parcel para las compras online lleva años establecida. La expansión de entregas de paquetes y servicios de comercio electrónico forman parte de la estrategia 2020 del grupo.

El transporte ferroviario de mercancías en descenso

Según los datos del informe de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, el transporte ferroviario de mercancías ha descendido en 2016, año en el que ha supuesto sólo un 12% del total de la facturación del sector ferroviario.

La actividad ferroviaria de mercancías creció durante 2015 un 5% en materia de toneladas netas y un 5,2% en materia de toneladas por kilómetro con respecto a los datos del año anterior, pero el año 2016 no ha sido tan positivo.

Uno de los factores que ha dado lugar a ralentizar el ritmo de crecimiento y que ha dificultado que las empresas del sector puedan incrementar su actividad ha sido la presencia de cuellos de botella.

El primer semestre de 2016 se cerró con una disminución del 9,5% del volumen de toneladas movidas con respecto a los datos del mismo período registrados en 2015.

El transporte de mercancías a través de ferrocarril sigue siendo minoritario en España en comparación con los datos registrados en otros países europeos, ocupando uno de los últimos lugares y superando únicamente a países con una extensión más reducida.

IAG elige Barcelona para lanzar nuevos vuelos de bajo coste

El grupo aéreo IAG lanzará vuelos de largo radio a bajo coste desde el aeropuerto barcelonés de El Prat a partir del próximo mes de junio de 2017. La empresa ha adelantado que los nuevos destinos podrían ser Los Ángeles y San Francisco (Estados Unidos); Buenos Aires, Santiago de Chile y La Habana (América Latina); y Tokio (Asia).

Un portavoz de IAG ha señalado que "Barcelona se ha convertido en un núcleo aeroportuario significativo y creemos que hay demanda para estos vuelos desde El Prat. Es la base de Vueling, la que nos ayudará a captar a los pasajeros de la extensa red europea para los vuelos de largo recorrido". La compañía puede estar valorando crear una nueva aerolínea destina-

da específicamente a realizar la operativa de largo alcance o emplear los recursos de sus otras aerolíneas.

Además, IAG suele operar sus vuelos de largo radio desde Madrid a través de Iberia, aunque ahora quiere ampliar su oferta desde el aeropuerto del Prat, donde Vueling es el líder de mercado con más de 130 destinos.

lágrimas de
Albaidina
Albaida

Gold



Aceite de oliva
categoría superior
obtenido directamente
de las aceitunas y sólo mediante
tratamientos mecánicos



Oro
Gold

Aceite
de oliva
virgen extra

Extracción en frío
lágrimas de
Albaidina
Arbequina
250 ml.



ICEX facilitará la presencia española internacional en más de 100 ferias internacionales en 2017

En 2017 se organizarán 47 pabellones oficiales y 65 espacios España. Estados Unidos, China, Alemania y Francia concentrarán el 50% de esta actividad ferial.

El calendario de pabellones oficiales (FPO) y espacios España (EESP) de ICEX España Exportación e Inversiones para 2017 prevé la realización de un total de 112 actividades, de las cuales, 47 corresponden a pabellones (el 42% del total) y 65 a espacios, (un 58%).

De los 47 pabellones previstos para 2017, 16 corresponden a los sectores de tecnología industrial y servicios profesionales, 12 a los sectores de alimentos y gastronomía, 11 a moda, hábitat e industrias culturales y 8 a los sectores de infraestructuras, sanidad y TIC.

En lo que a espacios España se refiere, de los 65 previstos para 2017, 24 se enmarcan en sectores de tecnología industrial y servicios profesionales; 19 en infraestructuras, sanidad y TIC; 15 en moda, hábitat e industrias culturales y 7 en alimentos y gastronomía.

En total, las actividades enmarcadas en el ámbito de la tecnología industrial y servicios profesionales suponen en 2017 el 36% del total de actividades previstas. En 2016 no hubo ningún sector destacado, ya que el liderazgo fue compartido al mismo nivel por los sectores de infraestructuras, sanidad y TIC y tecnología industrial y servicios profesionales, habiendo representado cada grupo sectorial el 29% del total de actividades realizadas.

En cuanto al país de celebración de estas actividades, los cuatro primeros puestos en el ranking de los mercados exteriores están ocupados en 2017 por los mismos cuatro países que en 2016: Estados Unidos, China,



Alemania y Francia, por este orden. Estos mercados aglutinan en 2017 el 50% de estas actividades en ferias en el exterior, porcentaje que supera en dos puntos porcentuales a lo que supusieron en 2016.

El quinto puesto en el ranking lo ocupa en 2017 Emiratos Árabes Unidos. En sintonía con el objetivo de ICEX de diversificación de mercados, se incorporan a la lista en 2017: Colombia (1 FPO y 1 EESP), Costa de Marfil (2 EESP), Nigeria (1 FPO y 1 EESP) y Serbia (1FPO), entre otros. Cabe destacar asimismo los dos pabellones oficiales previstos de celebración en Irán en 2017.

Los pabellones oficiales que ICEX organiza facilitan la presencia de empresas españolas en ferias internacionales bajo la imagen común de España. ICEX asume la organización en su

totalidad y proporciona a los expositores un servicio llave en mano que incluye el alquiler del espacio, la decoración, la logística y la promoción.

Por su parte, los espacios España facilitan la presencia española en ferias en el exterior cuando no hay ni pabellón oficial ni agrupado de empresas españolas. Constituyen un espacio colaborativo que facilita el networking entre las empresas españolas y los visitantes a la feria y/o otras compañías extranjeras presentes como expositoras. En ellos se proporciona asimismo información a los visitantes sobre la oferta de bienes y servicios españoles y se atiende y orienta a los participantes españoles que demanden información sectorial y general del país. También en este caso, ICEX realiza la convocatoria de participación y la gestión de la actividad.

Del 18 al 22 de enero Madrid será la capital mundial del turismo



Desde el 18 al 22 de enero, FITUR 2017 convierte a Madrid en el gran escaparate turístico mundial y presenta las últimas propuestas y tendencias nacionales e internacionales en viajes, servicios y negocios. La Feria organizada por IFEMA será el escenario donde los principales desti-

nos, agencias y turoperadores, hoteles y restauración, compañías de transporte, y empresas de tecnología y servicios presentarán sus mayores atractivos, potenciarán la llegada de visitantes y multiplicarán sus oportunidades de negocio.

Esta nueva edición de la feria será el marco en el que se presentarán las últimas propuestas y tendencias inter-

nacionales en viajes, servicios y negocios. Así, en el recinto de la Feria de Madrid se presentará un año más el turismo al completo, sector que en España sigue creciendo debido a, entre otras cosas, a la adaptación de las aplicaciones de las nuevas tecnologías que posibilitan dar a conocer las distintas modalidades de hacer turismo en nuestro país.

España programa 90 ferias internacionales para 2017

Los recintos feriales españoles han programado un total de 90 eventos internacionales para el año 2017, de los que 38 se celebrarán en Madrid y 23 en Barcelona.

Según el calendario publicado por el Boletín Oficial del Estado (BOE), la primera gran feria madrileña será la de turismo Fitur, programada entre el 18 y el 22 de enero, a la que seguirá la muestra de arte contemporáneo ARCO, entre el 22 y el 26 de

febrero. Ambas citas tendrán lugar en IFEMA.

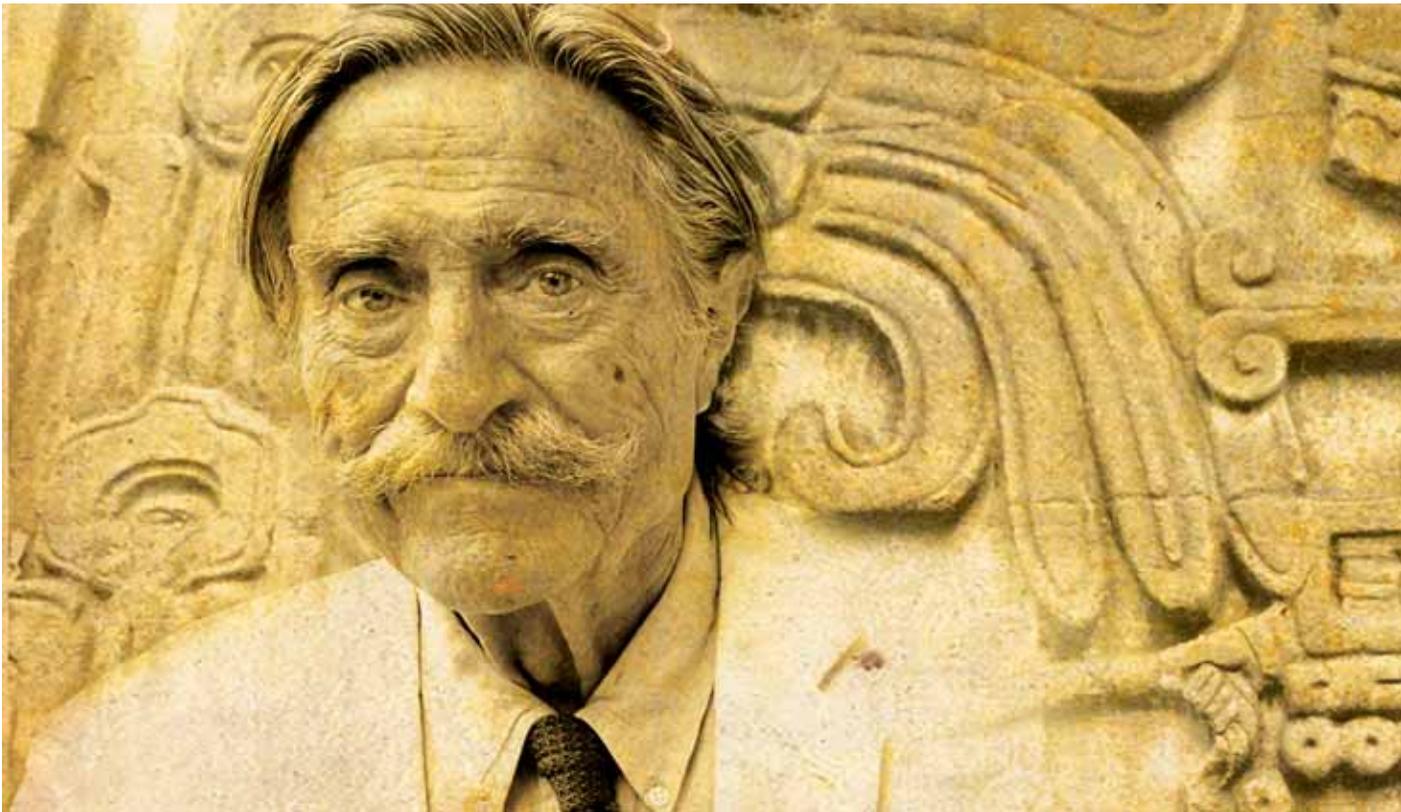
Posteriormente, la Feria de Madrid (Ifema) tiene previsto acoger la muestra de arte contemporáneo ARCO, entre el 22 y el 26 de febrero, y la feria educativa Aula, del 1 al 5 de marzo.

En la programación madrileña destacan también feria educativa Aula, del 1 al 5 de marzo, el Salón de Gourmets, del 24 al 27 de abril; Unibike, del 21 al 24 de septiembre, y Fruit

Atraccion, del 18 al 20 de octubre.

En Barcelona, destaca el Mobile World Congress, el principal evento europeo de telefonía, que tendrá lugar del 27 de febrero al 2 de marzo.

En el recinto ferial barcelonés se celebrarán también la Fira Internacional del Cómic, del 30 de marzo al 2 de abril; la feria Automobile, del 11 al 21 de mayo; y la inmobiliaria Barcelona Meeting Point, del 18 al 22 de octubre.



Homenaje a Miguel de la Quadra Salcedo

Texto: **Jesús Centenera**
Ageron Internacional

En el panteón precolombino de los dioses mesoamericanos destaca Quetzalcóatl que es a la vez “serpiente y ave con plumas hermosas”, conocida también como “ave de las edades”, “gema de los ciclos”, “el precioso aconsejador” y “movimiento y quietud”. Según la leyenda, Quetzalcóatl enseñó el cultivo del maíz, el trabajo del jade y de la obsidiana, la escritura pictográfica, el teñido del algodón y la astronomía, trayendo conocimientos y prosperidad a los hombres. Cuando decidió partir, prometió que volvería un día con su pue-

blo. Así, cuando los indios vieron al de “las barbas de serpiente”, como también se le conocía, con armaduras refulgentes y a lomos de aquellos seres briosos de cuatro patas, algunos creyeron que se cumplía la profecía, lo que fue utilizado de manera interesada por los cronistas españoles para reforzar la relación con Hernán Cortés y sus acompañantes. Pero no era un dios benéfico el que llegaba, ya que, como casi todos los conquistadores, la conquista estuvo motivada principalmente por la búsqueda de riqueza y posición, sin que eso quite importancia a la evangelización y a todos aquellos que tuvieron buenas intenciones, ni a la épica de la gesta desde el punto de vista del hombre sencillo ante la

inmensidad de la naturaleza americana. Ese encuentro entre dos mundos supuso un choque violento que trajo guerra, saqueo, dolor y muerte, así como la destrucción de un orden socioeconómico previo a lo largo de todo el continente. Pero también trajo un rico intercambio de productos e ideas de un lado y de otro, y, sobre todo, aportó un fértil mestizaje racial y cultural, cuyo fruto son los pueblos de las naciones iberoamericanas actuales con toda su grandeza y todo su potencial, con un futuro muy prometedor.

Sin embargo, desde la independencia de las metrópolis peninsulares de aquellos estados en los que se organizó el continente americano en el siglo XIX (a veces con fronteras sin sentido y



con guerras incomprensibles), esos pueblos hermanos vivieron durante décadas con tenuous conexiones, a excepción de las migraciones económicas (fruto del hambre) y políticas (la última y más triste, el éxodo tras la guerra “incivil” española) desde Europa a América en sucesivas oleadas. Por ello, nuestro rey emérito, S.M. Don Juan Carlos I, al principio de su largo y pacífico reinado, quiso encargar el que se hiciera algún programa que uniera a la juventud de ambos lados del atlántico ¿Quién podía concebir, desarrollar el detalle e impulsar un programa de esa envergadura, que resistiera el paso de los años, hasta el punto que se ha convertido en un referente mucho más importante que las propias cumbres Iberoamericanas? ¿Quién tendría el conocimiento teórico, la fuerza física, el ansia de saber y la audacia de llevarlo a cabo? Pues no fue otro que D. Miguel de la Quadra Salcedo, un español nacido en Madrid pero de raíces vasco-navarras, con una trayectoria increíble. Habiendo estudiado la Ingeniería Técnica agrícola, se dedicó al deporte,

donde destacó como atleta, subiendo al podio hasta nueve veces como medallista en lanzamiento de disco, peso y martillo, siendo también bueno en lanzamiento de jabalina, y participando en múltiples competiciones internacionales, incluidos los Juegos Olímpicos de Roma (1960), representando a España. A principios de los sesenta trabajó en temas botánicos, más cercanos a su formación, en la selva del río Amazonas para el Gobierno colombiano. Con posterioridad, trabajó para el ente público Televisión española (TVE), como reportero internacional por todo el mundo, elaborando también documentales muy interesantes, incluidos algunos sobre temas americanos. Como periodista ganó el premio Ondas y la Antena de Plata y varios premios de televisión por dichos reportajes, siendo un ejemplo para múltiples jóvenes que decidieron convertirse en periodistas, como contaba Arturo Gómez Quijano en el homenaje en la Universidad Complutense. Para completar este breve esbozo, recoger el testimonio coincidente de tantos

que le conocieron sobre su gran humanidad, mezclando su vertiente de “maestro” y educador de la juventud, con su capacidad empática para hacer relaciones a todos los niveles, bajando a las cabañas, subiendo a los palacios y escalando los claustros, pero, a diferencia del Don Juan de Zorrilla, no dejando memoria amarga, sino hermoso y agradecido recuerdo.

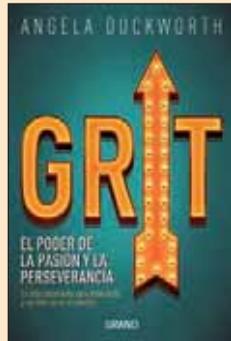
Así surgió en 1979 la Aventura 92, transformada luego en Ruta Quetzal, y apadrinada luego por el BBVA hasta 2016, casi treinta años de periplo. Con el tiempo, la ruta se desarrolló hasta involucrar a jóvenes de 16 y 17 años de más de 55 países, que convivían durante 45 días en viajes por distintas zonas de Iberoamérica durante los meses de junio y julio, y que ha contado con la participación de más de 7.000 jóvenes. Decía William Faulkner *“Dreams have only one owner at a time. That's why dreamers are lonely.”*, pero Miguel consiguió contagiar de su sueño a varias generaciones de las dos orillas de nuestra “Mar oceánica”, reforzando los lazos de la Hispanidad.

Lo principal no era tanto su forma física, ni su empuje y dinamismo, sino su capacidad creativa y su capacidad de ilusionar. Era un comunicador nato, buscando siempre elementos originales o impactantes, o incluso una manera distinta de presentar la realidad. Como bien nos recuerda el periodista Carlos Pecker, Miguel decía: “Si no conoces América, es que no conoces España. América es una parte de España y España es una parte de América” A los 84 falleció en mayo del año pasado en Madrid, dejándonos un poco huérfanos, pero también con un rico legado, trabajando casi hasta el último minuto en los distintos retos, quizás porque a pesar de la edad, seguía siendo un joven imprudente, como decía Pearl S. Buck: *“The young do not know enough to be prudent, and therefore they attempt the impossible - and achieve it, generation after generation.”* O quizás es que era en realidad el dios Quetzalcóatl renacido, que vino esta vez sí, a traer el conocimiento y la prosperidad a los hombres. Descanse en paz Miguel de la Quadra Salcedo.

Grit

El poder de la pasión y la perseverancia

Autora: **Angela Duckworth**
Editorial: **Ediciones Urano**
Precio: **18,50 euros**
Páginas: **384**

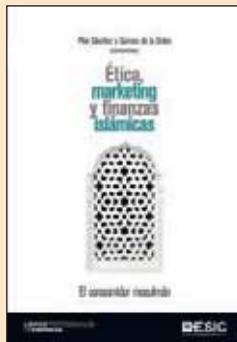


¿Cuál es el secreto del éxito? La clave del éxito no es el talento ni la suerte, como siempre hemos creído. La clave del éxito es una mezcla de pasión, perseverancia y coraje: «grit».

La obra de Angela Duckworth, profesora de psicología y pionera en su campo, ha revolucionado el panorama cultural y científico al demostrar, con estudios contrastados científicamente, que el éxito en la vida tiene poco que ver con la inteligencia y mucho con el autocontrol, la perseverancia y la capacidad de levantarse después de una caída. Triunfamos cuando nos dedicamos en cuerpo y alma a objetivos que nos hacen felices y nos apasionan. La buena noticia es que la determinación puede cultivarse. Padres, estudiantes, educadores, atletas y todos aquellos que quieran alcanzar la excelencia o ayudar a otros a alcanzarla encontrarán en esta obra la información, la ciencia, los ejemplos y el aliento que precisan.

Ética, marketing y finanzas islámicas

Autor: **Pilar Sánchez González y María del Carmen de la Orden**
Editorial: **ESIC Editorial**
Precio: **19 euros**
Páginas: **336**



Vivimos en una nueva realidad. Algunas tendencias empresariales se consolidan: acciones más éticas y responsables, «one to one» en microsegmentación y delimitación de nuevos mercados y sectores de actividad.

El cliente de hoy es más exigente, está mejor formado e interactúa. En definitiva, está demandando que se dirijan hacia él tratando su vertiente más emocional. Quien compra, decide. Nuestra función es adaptar la forma de vender a su nueva realidad. El objetivo del libro es hacer un compendio de los diversos elementos que se derivan del islam, en general, y del concepto halal, en particular, sobre el consumidor musulmán. Para lo cual se ha contado con la colaboración de los mejores profesionales y académicos sobre el tema, no solo de España, participan ocho países. Algunos capítulos están escritos en inglés y otros, en castellano. Los autores son «glocales» e interdisciplinarios.

El libro se ha estructurado en cuatro partes: ética, marketing, finanzas y consumidor musulmán. En el primer bloque se aborda la ética como elemento vertebrador de la forma de vida económica y empresarial. En la segunda parte, se realiza una visión del marketing islámico. En el tercer bloque se abordan las finanzas islámicas y finaliza la obra con una cuarta parte que se centra en el consumidor musulmán.

La tercera ola

Autor: **Steve Case**
Editorial: **Empresa Activa**
Precio: **15 euros**
Páginas: **256**



Internet ha progresado a ritmo considerable desde sus primeros días y ha tenido sus fases de evolución. La primera ola de Internet tuvo que ver con la creación de la infraestructura y los cimientos para un mundo digital. Fue la etapa de la construcción de equipos, programación y redes que harían posible que la gente se conectara a Internet y entre sí.

La segunda ola de Internet empezó a comienzos del siglo XXI, justo a tiempo para inflar la burbuja de las puntocom y dejar que explotara, en lo que fue el primer acontecimiento de extinción real de Internet. Su objetivo era construir tomando como base la Red.

En la actualidad la segunda ola está empezando a ceder el paso a algo nuevo, en la que Internet deja de pertenecer a las empresas. Es la tercera ola, en la que los productos necesitarán Internet, aunque este no los defina y en la que el concepto de Internet de las Cosas se considerará demasiado restrictivo, porque nos daremos cuenta de que lo que está surgiendo es el mucho más amplio Internet de Todas las Cosas. Steve Case relata las enseñanzas extraídas de su carrera profesional y las entrelaza con una guía para el futuro sobre cómo triunfar en la siguiente ola de innovaciones.

Liderazgo Tranquilo

Autor: **Carlo Ancelotti**
Editorial: **Ediciones Urano**
Precio: **20 euros**
Páginas: **288**



Libro escrito por Carlo Ancelotti y comentarios de dos consultores de prestigio. Es tanto un libro de memorias como un libro sobre liderazgo.

Carlo Ancelotti es sin duda uno de los directores técnicos de fútbol más exitosos de la historia, sin embargo su estilo de liderazgo está muy alejado del estilo de liderazgo de la mayoría de sus colegas profesionales más caracterizados por su agresividad e histrionismo.

Pero es ese estilo el que le ha ganado el aprecio y reconocimiento de muchos de sus seguidores como David Beckham, Zlatan Ibrahimovic o Cristiano Ronaldo.

En este apasionante libro, Ancelotti va mucho más allá de narrar las historias personales sino que entra, con ayuda de los coautores del libro, en el análisis de sus métodos de liderazgo, sus errores y aciertos y muestra lecciones y enseñanzas que todos pueden aprender de él para su vida diaria.

Economía internacional y organismos económicos internacionales

Autora: **Antonia Calvo Hornero**
Editorial: **Editorial Universitaria Ramón Areces**
Precio: **55 euros**
Páginas: **462**



Presenta en un solo volumen los fundamentos principales de la economía internacional en sus diferentes ámbitos, asociándolos con la organización institucional, económica, monetaria y financiera, y dando con ello una visión global de los complejos problemas de la economía internacional y sus interrelaciones. En esta segunda edición se han llevado a cabo las actualizaciones necesarias para seguir siendo un texto de referencia para el estudio de la economía internacional, de acuerdo al nuevo esquema internacional de relaciones económicas, financieras y de desarrollo, con nuevos instrumentos, fuentes de recursos más adecuadas a las necesidades globales y con estrategias actualizadas a los retos que tiene planteada la economía y la sociedad global.

La cuarta revolución industrial

Autor: **Klaus Schwab**
Editorial: **Debate**
Precio: **17 euros**
Páginas: **224**



Son muchos los desafíos a los que se enfrenta el mundo hoy en día, pero posiblemente uno de los más importantes sea comprender la nueva revolución tecnológica que está acarreado la transformación de la humanidad debido a la convergencia de sistemas digitales, físicos y biológicos.

Las nuevas tecnologías están cambiando la manera en la que vivimos, trabajamos y nos relacionamos los unos con los otros y la velocidad, amplitud y profundidad de esta revolución nos están obligando a repensar cómo los países se desarrollan, cómo las organizaciones generan valor e incluso lo que significa ser humanos.

En La Cuarta Revolución Industrial, Klaus Schwab, fundador del Foro Económico Mundial, describe las características clave de la nueva revolución tecnológica y resalta las oportunidades y dilemas que ésta plantea.

Las nuevas formas de colaboración y gobernabilidad, acompañadas de una narrativa positiva y compartida, pueden moldear la cuarta revolución industrial para beneficio de todos. Si aceptamos la responsabilidad colectiva de crear un futuro en el que la innovación y la tecnología sirvan a las personas, podremos llevar a la humanidad a nuevos niveles de conciencia moral.

Organización de la producción industrial

Autor: **Julio Juan Anaya Tejero**
Editorial: **ESIC Editorial**
Precio: **16 euros**
Páginas: **207**



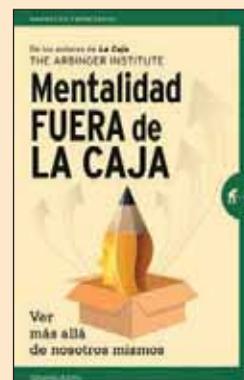
El objetivo previsto por el autor en la presente obra no es otro que el de sistematizar la evolución de una forma didáctica, de las diferentes filosofías, métodos y procedimientos que se han ido aplicando en las empresas industriales en todo lo relativo a su estructura organizativa y técnicas de gestión aplicables a las mismas; de tal manera que el lector encuentre los elementos de juicio necesarios para una eficaz dirección operativa de la producción industrial, rehusando al máximo entrar en divagaciones o especulaciones teóricas que no hayan sido avaladas por la práctica empresarial.

El libro va dirigido al equipo directivo de la empresa, relacionado con las funciones de aprovisionamiento de materiales, planificación y control de la producción, fabricación y muy especialmente a los denominados «material manager» y en general a todas las funciones logísticas de apoyo y organización, en donde encontrarán sin duda alguna, la guía necesaria para orientar sus decisiones tanto a nivel táctico como estratégico.

No es un libro para especialistas sino más bien una divulgación de técnicas y filosofías, apoyadas por ejemplos prácticos, para poder evaluar la situación actual de una empresa industrial y los retos que tiene que afrontar en su evolución organizativa.

Mentalidad fuera de la caja

Autor: **The Arbinger Institute**
Editorial: **Empresa Activa**
Precio: **14 euros**
Páginas: **192**



De los autores de “La caja” y “De la guerra a la paz”. El Arbinger Institute se encarga de dar asesoría y consultoría por todo el mundo.

Aunque no seamos conscientes de ello, la mayoría de nosotros operamos con una mentalidad hacia adentro, es decir centrada en nuestros propios objetivos y metas. Al enfrentarnos a situaciones de ineficacia personal o de organizaciones disfuncionales la mayoría buscamos solucionarlo con parches en lugar de reconocer la mentalidad que subyace en la mayoría de los problemas que se nos presentan.

A través de historias verdaderas y herramientas prácticas, este texto nos ayuda a realizar el cambio que más impacto tiene en las organizaciones y que más colabora a acelerar la innovación y al trabajo en equipo, el cambio de nuestra mentalidad hacia afuera de la caja.

¡Dios lo quiere!

Texto: **Juan Royo Abenia**
Fotografía: **Juanfer Briones**

El Rey, nuestro señor, Don Pedro de Aragón, llama a huestes a todas sus villas y aldeas para reunir sus ejércitos con los del Rey Alfonso de Castilla y recuperar los territorios que fueron arrebatados por los infieles. El señor de cada casa está obligado a acudir con su propio caballo y armas. Si se encontrare imposibilitado por vejez o enfermedad deberá enviar en su puesto a un hijo. Martín de Marcilla, como primogénito partirá a la guerra. Diego, su hermano, ni puede optar por la gloria de las batallas, ni por el amor de Isabel, única hija de la casa de los Segura. ¿Cómo se consigue un título de noble? Por méritos en el frente y por designio expreso del monarca. Con estos mimbres se tejen las leyendas. Como la de los amantes de Teruel. Así lo constatan Santiago Gascón, la fotógrafa estadounidense afincada en Teruel Lori Needleman, Raquel Esteban, directora de la Fundación Bodas de Isabel y Juanfer Briones en *Amantes. La leyenda de Teruel*, GP Ediciones, 2016.

Aragoneses, castellanos, francos, lombardos y navarros se encuentran en Toledo. De portugueses y leoneses no se espera ayuda alguna (el rey castellano se conforma con que no le ataquen en su ausencia). Las órdenes de monjes militares de Santiago, Calatrava, Temple y Hospital también acuden al auxilio de la Cruz. El papa Inocencio III proclama la cruzada que les enfrentará a andalusíes, turcos, almohades, almorávides, bereberes y voluntarios del Yihad. Sancho VII de Navarra, Alfonso VIII de Castilla y Pedro II de Aragón, los tres reyes cristianos contra Muhámmad an-Násir, cuarto califa de la dinastía almohade, Amir al-Mu'minin (Príncipe de los Creyentes), Miramolín entre los cristianos. Deus lo vult, gritaban unos. Allah uh akbar, otros. ¿De qué lado se decantará el Creador finalmente? El 16 de julio de 1212 la batalla de las Navas de Tolosa -la batalla de Al-Uqab- teñirá de sangre los campos de Santa Elena (Jaén) y cambiará la historia de la humanidad.

Pero las intrigas se suceden en la cristiandad. El 12 de septiembre de 1213, Muret cae en manos del pérfido Simon de Monfort, un secuaz del rey de Felipe II de Francia. Tanto



él como el Papa quieren conquistar la Occitania con la excusa de acabar con la herejía cátara que se refugia en estas tierras. Hace un año los cristianos luchaban unidos contra la media luna y hoy marchan contra el mismo Papa. Pero los condados del otro lado de los Pirineos son vasallos de Pedro de Aragón. Le juraron fidelidad y Aragón les debe la misma. El Papa no es más que un rey que se mueve por el tablero tratando de ocupar su espacio. Todos estos hechos los relata magistralmente Juanfer Briones (Valencia, 1964) en su trilogía *El Templario* (*El último templario de Aragón*, *El renegado* y *Templario*, GP Ediciones) que cuenta con un protagonista de excepción, el castillo de Monzón (Huesca), una fortaleza de origen musulmán, bastión de la Orden del Temple desde su cesión en 1143 y en el que el rey Jaime I el conquistador, residió durante su niñez. Los Pobres Caballeros de Cristo y del Templo de Salomón, los templarios, fueron un ejemplo de fidelidad a Aragón a pesar de la excomunión de Pedro por sus guerras en Italia contra los angevinos franceses. Sin embargo, oscuras fuerzas internacionales conspiran contra la orden y la intervención de la Santa Inquisición será decisiva. Las calumniosas acusaciones de herejía y los intereses políticos y económicos serán el caldo de cultivo de un complot que desembocará en el cruel destino de la piadosa orden cristiana.

El portal del negocio internacional

www.monedaunica.net

Moneda Única

La revista económica de NEGOCIO INTERNACIONAL

➔ Actualización diaria de noticias



➔ Boletín semanal



➔ Edición impresa mensual



➔ y mucho más



El infundado alarmismo sobre las pensiones

“Si en algo coinciden la totalidad de analistas y de los responsables de los principales partidos políticos, es que el Estado, vía impuestos, siempre está detrás del sistema público de pensiones, por lo que estas están garantizadas y no se considera una tragedia que se agote el Fondo de Reserva”

La reforma del sistema público de pensiones para garantizar su sostenibilidad es una de las cuatro grandes prioridades que Mariano Rajoy se ha marcado para esta legislatura, junto con la salida definitiva de la crisis, la reforma del sistema educativo y la resolución del problema territorial. Por eso la intención del Ejecutivo es alcanzar el máximo consenso social sin posicionamientos partidistas ni alarmismos injustificados.

Un elemento este de los alarmismos sobre el futuro de las pensiones que no sólo es infundado, sino que responde también a los intereses particulares de los aseguradoras y entidades financieras que comercializan los planes privados de pensiones, que buscan rentabilizar más esta rama de productos mientras enturbian el debate sobre una reforma del sistema público, necesaria pero que en modo alguno responde a un problema inminente de falta de fondos para afrontar las pensiones de jubilación a corto y medio plazo.

Si en algo coinciden prácticamente la totalidad de analistas y de los responsables de los principales partidos políticos con representación parlamentaria, es que el Estado, vía impuestos, siempre está detrás del sistema público de pensiones, por lo que las pensiones están garantizadas y no se considera una tragedia que se agote el Fondo de Reserva de la Seguridad Social.

Una “hucha” de las pensiones que precisamente se creó para afrontar situaciones en las que los ingresos del sistema fueran insuficientes para afrontar pagos puntuales, como ocurre ahora y que, por cierto, está obteniendo unas rentabilidades en su gestión muy superiores a las que ofrecen los planes privados.

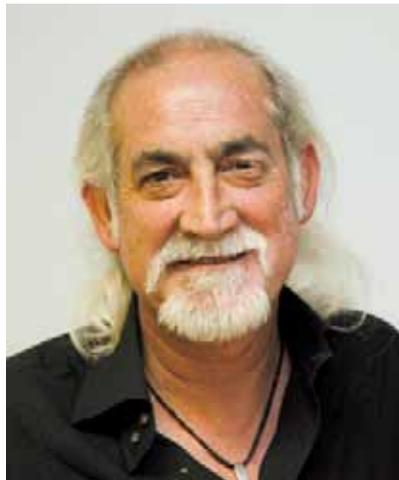
Por otra parte, este proyecto de reforma del sistema en el que trabaja el Ejecutivo incluye también la integración de todas las entidades gestoras en la Seguridad Social, dispersas por diversos ministerios, y especialmente el In-serso, que actualmente depende del Sanidad y Asuntos Sociales, pero que se financia con fondos del Ministerio de Empleo, sin que este pueda intervenir en su gestión. Algo que ahora se pretende corregir.

Otro elemento fundamental de la reforma es el aumento de las cotizaciones máximas a la Seguridad Social en un 3 por ciento anunciado por el Gobierno es sólo el primer paso para un destope paulatino tanto de la cotización como de la cuantía de las pensiones, que se irá materializando de aquí al final de la legislatura.

Este destope de cotizaciones irá acompañado de otras medidas como la separación de fuentes de financiación para que las pensiones

no contributivas se financien vía Presupuestos del Estado, la compatibilización del cien por cien de la pensión con el desempeño de una actividad laboral, y potenciar la lucha contra la economía sumergida, que los datos de la Inspección de Trabajo de la Seguridad Social sobre empresas ficticias en 2015 estiman en 6.000 millones de euros.

Actuaciones todas ellas eficaces pero que deben ser complementadas necesariamente con la creación de más empleo y de mayor calidad, además de con mejoras salariales, para incrementar los ingresos del sistema que es la piedra angular de la sostenibilidad. En Moncloa están convencidos de que el objetivo de los 20 millones de empleos puede ser una realidad antes, incluso, del final de la legislatura en 2020. Un año antes, en concreto. Que así sea.



José María Triper
Corresponsal económico de elEconomista.

La Mayor Feria de

Negocio Internacional e Inversiones

Productos y Servicios
para mejorar la competitividad
de la Pyme

MADRID

9 - 10 Marzo 2017

ASTURIAS

Gijón 19 - 20 Abril 2017

COMUNITAT VALENCIANA

21 - 22 Junio 2017

CASTILLA-LA MANCHA

20 - 21 Septiembre 2017

ANDALUCÍA

21 - 22 Noviembre 2017

Mesas
Redondas

Conferencias

Países

Empresas
Expositoras

www.impulsoexterior.net - @ImpulsoExterior

IME
IMPULSO
EXTERIOR

Santander
Negocio Internacional



Juntos abrimos muchas puertas. Todas las del mundo.

En el Santander te ayudamos a abrir las puertas del mundo para que inicies o continúes con éxito la internacionalización de tu negocio. Gracias a **nuestra solvencia, fortaleza y experiencia internacional**, tu negocio no tendrá fronteras.

Infórmate en cualquier oficina Santander, en el 91 273 71 76 o en bancosantander.es

Sencillo | Personal | Justo
Como un banco debería ser

 Santander

EMPRESAS