

moneda única



Revista económica de **comercio internacional**

AÑO III - Nº 19 - Mayo de 2003 3,50 €

INFORME

Formarse para el comercio exterior de la mano de las principales escuelas de negocios
MBAS y MBAS Internacionales • Masters en Logística • Masters en Comercio Exterior

EL ARCO DEL Triunfo Empresarial

LOGÍSTICA Y TRANSPORTE
INTERNACIONAL

LA ADMINISTRACIÓN
PROMUEVE

FORMACIÓN
CONTINUA

MUNDO
FINANCIERO

MERCADOS



RECINTO
FERIAL

NUEVAS
TECNOLOGIAS

EMPRESAS



MURCIA
INTERNACIONAL

MUNDO FINANCIERO
El seguro de crédito
a la exportación
La banca
comercial de empresas

La renovación política de México



A-7

Con su tarjeta
es más barato



En la A-7,
siempre con su tarjeta

En la autopista, pague siempre con su tarjeta.
Siempre con la misma. Así, podrá beneficiarse de
una reducción en el precio del peaje de entre un
10 y un 30 por ciento. Con su tarjeta es más barato.



Además, con la entrada del euro, el pago le resultará
más cómodo.



A U M A R

A V A N Z A M O S C O N U S T E D

INFORMACIÓN:

A-7 - 901 307 307

WWW.AUMAR.ES

Editorial

Los empresarios españoles cada vez lo tienen más claro. La exportación se ha convertido en una necesidad empresarial y, tanto las grandes multinacionales, como las pequeñas y medianas empresas españolas, buscan nuevos horizontes con la mirada puesta hacia el exterior. Sin embargo, la internacionalización no es tarea fácil y hay que evaluar con detenimiento cada uno de los pasos que se deben dar para que la actividad exportadora sea todo un éxito. El asesoramiento es una pieza clave y, aunque son muchos los organismos públicos, otros privados, que ofrecen servicios en este terreno, en esta ocasión queremos dedicar nuestra atención a las Cámaras de Comercio. ¿Qué ofrecen al exportador?

El pasado 26 de noviembre, más de 2.000 empresarios, presentes en los órganos de gobierno de las 85 Cámaras de Comercio, se reunieron para definir unas líneas de actuación conjunta para los próximos cuatro años. De aquella reunión, ha surgido el compromiso de las Cámaras para el periodo 2002-2006, que se concreta en diez líneas estratégicas.

Se definió a las Cámaras como las instituciones de fomento económico más cercanas a las empresas de cada demarcación, mediante la prestación de diversos servicios y actividades. De entre todos ellos, destaca el apoyo al emprendedor, o la formación, nuevas tecnologías, Incyde..., programas de los que damos cumplida cuenta en el artículo interior dedicado a estas corporaciones de Derecho Público.

Por supuesto, la financiación es otro de los principales problemas a los que se trata de dar solución. De esta manera, la red camerla facilita el acceso a financiación preferente para empresas surgidas a través de las acciones de asesoramiento y tutoría de las Cámaras y Fundación Incyde, y ofrece líneas de microcréditos de hasta 24.000 euros, convirtiéndose en avalistas ante instituciones de crédito oficial.

Y destacable es su participación en el comercio exterior, convirtiéndose en apoyo fundamental para la internacionalización de las empresas, como impulsoras de muchas de las oficinas y misiones comerciales.

La única manera de sobrevivir y de conquistar nuevos mercados es generar algo nuevo, con identidad propia, y, posteriormente, saber cómo y dónde venderlo. Es entonces cuando la información se hace poder, y el asesoramiento, una necesidad. Cada Comunidad Autónoma cuenta con un organismo de promoción del comercio exterior (IMADE en Madrid, COPCA en Cataluña, IVEX en Valencia, INFO en Murcia, ADER en La Rioja, EXCAL en Castilla y León, IDI en Baleares, IGAPE en Galicia, IAF en Aragón o La Agencia Andaluza de Promoción Exterior, entre otros). En cualquier caso, los empresarios que deciden iniciarse en la exportación también tienen a las Cámaras de Comercio, en concreto 85 distribuidas en todo el



territorio nacional, que entre sus diversas áreas de actuación, dedican una gran parte de sus esfuerzos en apoyar la internacionalización. Las Cámaras quieren convertirse en entidades de referencia de las pequeñas y medianas empresas. Aprovechen ustedes, señores empresarios, esta predisposición y piensen en el comercio exterior como una alternativa más para ampliar su cuota de mercado. Sin embargo, muchas empresas comienzan exportando casualmente, por un pedido, una carta o un contacto en una feria, pero pocos hacen una investigación para seleccionar el mercado más oportuno a su capacidad exportadora. Por favor, antes de empezar, busquen quién puede asesorarles.

Belén Soler Duque
REDACTORA JEFE



EDITA:

Grupo Euroempresa
Euroempresa Editorial, S.L.

C/Capitán Haya, 60
28020 MADRID

mu@monedaunica.net

Teléfono: 902 014 315

Fax: 902 014 535

Teléfono Internacional:
003497 630 10 56

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

Queda prohibida la reproducción total o parcial del contenido de esta publicación, su tratamiento informático o su transmisión por cualquier medio, sin permiso explícito y por escrito de la empresa editora. EUROEMPRESA EDITORIAL no comparte necesariamente las opiniones de artículos y entrevistas firmadas. Precio de ejemplar atrasado: 10 euros

Director: José Terreros Andréu, jterreros@monedaunica.net - **Director Rel. Externas:** Luis García San Miguel Sabater, lgsm@monedaunica.net - **Director Comercial:** Ricardo Gimeno rgimeno@monedaunica.net - **Redactora Jefe:** Belén Soler Duque bsoler@monedaunica.net - **Grandes Cuentas:** Anne Laure Romeuf, alromeuf@monedaunica.net, Ana Cris Plato, acplato@monedaunica.net - **Publicidad:** ZAPA Promotions - **Relaciones Externas:** Juan Royo Abenia, jroyo@monedaunica.net - **Secretaría:** Marina Martínez - **Redacción:** mu.editorial@monedaunica.net, Carolina Iglesias, Beatriz Campillo, Cristina Lázaro, Alejandra Martínez, Silvia Martínez, Carmen Ara - **Maquetación:** Juan Antonio Cifuentes - **Fotografía:** Gabriela, Rafael Elgorriaga, Andrés Torralba - **Ilustraciones:** David Guiaro - **Suscripciones:** suscripciones@monedaunica.net - **Web:** www.monedaunica.net - **Traducción:** Beatriz Campillo

MADRID C/ Capitán Haya, 60, 2º - 28020 MADRID - **BARCELONA** - Gran Vía de las Cortes Catalanas, 617 - 08007 BARCELONA - **VALENCIA** - Pza. Alfonso el Magnánimo, 1, 1ª - 46003 VALENCIA - **ZARAGOZA** - Pº de la Independencia, 23, Ppal. dcha. - 50001 ZARAGOZA - **PRAGA** - Praha 1, Vodickova 20/682, PSC 110 00, República Checa.

CORRESPONDIALES

Rep. Checa: Eva Hrozková - **PRAGA** • **Eslovaquia:** Zlata Mederos - **BRATISLAVA** • **Portugal:** Rosa Soria - **LISBOA** • **Letonia:** Eldar Mamedov - **RIGA** • **Estonia:** Jorge Hernández - **TALLINN** • **Ucrania y Rusia:** Olena Kyrylova - **KIEV**

CONSEJO EDITORIAL

ALFREDO RAMBLA (PRESIDENTE), JULIAN ABARCA (IBERIA CARGO), CARLOS AGRASAR (GARRIGUES ABOGADOS Y ASESORES TRIBUTARIOS), LUIS ARISTEGUI (TNT EXPRESS WORLD WIDL SPAIN, S.L.), ANTONIO MARIA AVILA (FEDERACION DE GREMIOS DE EDITORES DE ESPANA), FERNANDO BARRENECHEA (CAJA ESPAÑA de Inversiones, Caja de Ahorros y Monte de Piedad), LUIS A. BEDRIÑANA (PEREZ Y CIA BARCELONA), ELIAS CARREÑO (AGENCIA PARA EL DESARROLLO DE MADRID), JOSE DE JAIME (INSTITUTO DE FINANZAS), JOSE MARIA DE LEON (GABINETE INTERCULTURAL, S.L.U.), SYLVIE GALAUP (VIA SOLUTIONS), LUIS GARCIA SAN MIGUEL (MONEDA UNICA), RICARDO GIMENO (MONEDA UNICA), JAVIER MARQUEZ (GERLING CREDITO), SALVADOR MOLERO (CAJA MADRID), JOSEP MOLINA (LITEXCO SPAIN, S.L.), MAURITS MULDER (FORTIS BANK), AURELIANO NEVES (BANCO ESPÍRITU SANTO), PEDRO NONELL (Reingex SL), MARIANO PALACIN (RENFE), Mª ISABEL PARDOS (LITEXCO SPAIN, S.L.), MIGUEL PASTUR (Commerzbank), PASCAL PERSONNE (EULER SERVICIOS DE CREDITO, S.L.), CARLOS POBRE (CREDITO Y CAUCION), ANNE LAURE ROMEUF (MONEDA UNICA), JOSE MARIA SUAREZ (ESCUELA SUPERIOR DE GESTION COMERCIAL Y MARKETING), JOSE TERREROS (MONEDA UNICA), BERT VAN ROMPUY (BANCO URQUIJO).

SUMARIO

Murcia

8-12



Patricio Valverde Megías,
consejero de Ciencia, Tecnología, Industria y Comercio



Mercados México (y III)

52-78



CORRESPONSALES



Pág. 79-84

Motor

126-127



Diccionario Financiero Bursátil

129-130

La Administración promueve

- 6-7 La esencia de las Cámaras de Comercio.
- 12 La internacionalización de la empresa navarra para 2003.



Mundo financiero

- 16-27 La Banca comercial de empresas.
- 29-33 Seguros de crédito.

Empresas

- 40-41 El 59% de las empresas de los Poco esperan aumentar su cifra de negocio en 2003.
- 42-43 Aumar añade a su certificación en calidad el Sistema de Gestión Medioambiental.
- 48 La Necesidad del Contrato en el ámbito de los Negocios Internacionales.

Mercados

- 76 Las empresas españolas lo tienen más fácil para la colaboración industrial con la República Checa.
- 77 Cuenta atrás para Bulgaria y Rumanía.

Formación Continua

- 86-96 Formarse para el negocio internacional.

Recinto ferial

- 98 EXPORTA 2003, punto de encuentro para la internacionalización.
- 99 SOLUCIÓN.ES TIC, plataforma de promoción y negocio de las nuevas tecnologías.
- 106-111 Turismo de negocios e incentivos.

Logística y transporte internacional

- 113 Gades-Port entra a formar parte de Rilco.
- 115 Nefab fortalece su posición en Portugal.

Nuevas Tecnologías

- 122 La Bolsa y las nuevas tecnologías.
- 123 Banco Sabadell adopta la solución de Altitude Software.



MEDITERRANEAN SHIPPING COMPANY ESPAÑA, S.A.

08001 BARCELONA

Moll de Barcelona, s/n
World Trade Center, Edif Este, 8^a Planta
Tel. 34 93 508 23 00
Fax 34 93 508 23 01
e-mail: mscbcnen@mscbcnen.com
www.mscbcnen.com

35008 LAS PALMAS DE G.C.

Juan Rejon, 56 Planta baja, ofic 1
Edificio Castillo de la Luz
Tel. 34 928 46 51 12
Fax 34 928 46 55 05
e-mail: mscipa@msc-laspalmas.com

46011 VALENCIA

Avenida del Puerto, 273 - 1^a-2^a-3^a Planta
Edificio Puerto
Tel. 34 96 335 91 00
Fax 34 96 335 91 29
e-mail: msc@mscvalencia.com
www.mscvalencia.com

48009 BILBAO

Ibañez de Bilbao, 28 - 4^o
Edificio Mapfre
Tel. 34 94 435 50 30
Fax 34 94 435 50 31
e-mail: mscambio@mscambio.com

28001 MADRID

Marques de Villamagna, 3-10^a
Oficina A - Edificio Torreserrano
Tel. 34 91 436 39 40
Fax 34 91 577 98 90
e-mail: mscmad@mscmad.com

36201 VIGO

Rua Colon, 21
2^a Planta
Tel. 34 986 44 74 94
Fax 34 986 44 96 41
e-mail: mscvigo@mscvigo.com

11011 CADIZ

Edificio Atlas, local b-05
Recinto Interior Zona Franca
Tel. 34 956 29 20 50
Fax 34 956 29 20 51
e-mail: msccad@msc-cadiz.com

38003 SANTA CRUZ DE TENERIFE

Leoncio Rodriguez, 7 Oficina 3-2
Planta 1^a - Edificio El Cabo
Tel. 34 922 22 31 61
Fax 34 922 22 95 00
e-mail: mscsct@msc-tenerife.com



La esencia de las Cámaras de Comercio

SON MUCHOS LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR LAS 85 CÁMARAS DE COMERCIO EXISTENTES EN NUESTRO PAÍS. DESDE EL APOYO A LOS EMPRENDEDORES HASTA EL FOMENTO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS, SIENDO OTRAS ÁREAS DESTACADAS LAS DE FORMACIÓN, O POR SUPUESTO, LA DE COMERCIO EXTERIOR. EN ESTA ÚLTIMA VERTIENTE, SE HA ABIERTO UNA BASE DE DATOS DE COMERCIO EXTERIOR EN INTERNET, Y SE CUENTA CON EL PLAN CAMERAL DE PROMOCIÓN DE LAS EXPORTACIONES O LOS COMITÉS BILATERALES. TODO ELLA COMO AYUDA PARA FOMENTAR LA INTERNACIONALIZACIÓN.

◆ MONEDA ÚNICA

Las Cámaras de Comercio son corporaciones de Derecho Público, cuya función es la de constituirse como instituciones intermedias para la promoción y defensa de los intereses generales del comercio, la industria y la navegación del tejido económico del país.

Según los últimos datos facilitados, la red cameral española está compuesta por 85 Cámaras que, para cumplir con su labor de representación, articulan sus actuaciones en diversas áreas. De esta manera, cualquier empresario puede suplir la falta de información o formación acudiendo a la entidad cameral ubicada en su correspondiente provincia. Pero, ¿cómo se concretan estas actuaciones?



El Presidente del Consejo Superior de Cámaras (Dcha.) y el Director General del Banco Santander Central Hispano en la firma de un acuerdo para apoyar la financiación sin necesidad de aval, para los emprendedores.

Especialmente involucradas con los emprendedores, las Cámaras de Comercio han puesto en funcionamiento la **Ventanilla Única Empresarial** que, en estos momentos, está presente en diecisiete Comunidades Autónomas (Valladolid, Palma de Mallorca, Las Palmas, Tenerife, Madrid, Getafe, Burgos, Murcia, Oviedo, Zamora, Navarra, Sevilla, Valencia, Segovia, Toledo, Ávila y Zaragoza) y que facilita la puesta en marcha de empresas, agilizando los trámites necesarios y centralizando los desplazamientos en un único punto. En esta misma línea, la **Ventanilla Única Empresarial Virtual** acerca, mediante el uso de las nuevas tecnologías, las posibilidades de asesoramiento e información.

Además, el **Instituto Cameral para la**

Creación y Desarrollo de la Empresa (Incyde), como metodología única en España, ofrece una red de 100 asesores que están en contacto directo y permanente con el futuro empresario. Su objetivo es ayudar a constituir 6.000 nuevas empresas durante un periodo de cuatro años, con un presupuesto de 108 millones de euros.

España ha entrado a formar parte del grupo de países que organizan, anualmente, y desde mayo de 2001, el **Salón de Creación de Empresas**. En la primera de sus ediciones se dieron cita 171 empresas y entidades públicas, que se dedican al apoyo y desarrollo de la actividad empresarial en nuestro país. El salón recibió un total de 15.350 visitantes.

La constitución de empresas lleva aparejada la creación de puestos de trabajo, otra

What are the Chambers of Commerce?

The Chambers of Commerce are corporations of Public Law whose function is the one of being constituted as intermediary institutions for the promotion and defense of the general interests of the trade, the industry and the sailing of the domestic economic fabric.

According to last data, the Spanish chamber net is composed by 85 Chambers. This way, any manager can replace the lack of information or formation going to the entity located in his corresponding county. But, how are these performances summed up? The Chambers of Commerce have put into operation the Managerial Unique Window that is present in these moments in 17 Autonomous Regions (Valladolid, Palma de Mallorca, Las Palmas, Tenerife, Madrid, Getafe, Burgos, Murcia,

Oviedo, Zamora, Navarra, Sevilla, Valencia, Segovia, Toledo, Ávila and Zaragoza) and that facilitates the setting of companies speeding up the necessary steps, and centralizing the displacements in an only point. In this same line, the Virtual Managerial Unique Window Preposition, by means of the use of the new technologies, the advice possibilities and information. Also, the Instituto Cameral for the Creation and Development of the Company (Incyde), as unique methodology in Spain, offers a net of 100 advisers to be in direct and permanent contact with the future manager. Their objective is to help to constitute 6.000 new companies during a four year-old period, with a budget of 108 million Euros. Spain has entered to be part of the group of countries which organize, annually, and from May

of 2001, the Exhibition Show for the Creation of Companies. In the first of their editions, 171 companies and public entities were given that are devoted to the support and development of the managerial activity in our country and it received a total of 15.350 visitors.

The constitution of companies takes the creation of work stations, another of the performances in that the Chambers are centered. In this sense, they have the Chamber Service of Professional Orientation, they offer courses and practical in companies and they prepare, among other, of a specific program of support to the labor insert of the community of women. More than 12.000 pymes have been introduced in Internet and more than 500 already have their own web, by the Program of Ini-

de las actividades que fomentan las Cámaras. En este sentido, cuentan con el **Servicio Cameral de Orientación Profesional**, ofrecen **cursos y prácticas** en empresas y disponen, entre otros, de un programa específico de **apoyo a la inserción laboral del colectivo de mujeres**.

Más de 12.000 pymes se han introducido en Internet y más de 500 ya tienen su propia página web, en virtud del **Programa de Iniciación al Comercio Electrónico** (Prince XXI), en un acuerdo de colaboración alcanzado con el Ministerio de Ciencia y Tecnología. Precisamente, este sector, el de las nuevas tecnologías, centra buena parte de los planes de actuación de las Cámaras, con otros programas como **Camerfirma**, la sociedad que gestiona el sistema de certificación digital que garantiza la identidad de cualquier persona o empresa que comercialice a través de Internet; o el **C@bi**, información sobre comercio exterior a través de la red.

Comercio Exterior

Las Cámaras de Comercio son especialmente activas en materia de comercio exterior, destacando a este respecto la organización de misiones comerciales, tanto directas como inversas, para fomentar y favorecer los intercambios comerciales entre España y otros países. Son, en definitiva, la segunda institución, después de la oficial, que más recursos dedica a la promoción del comercio exterior.

A disposición de los empresarios e interesados, se encuentra la base de datos sobre comercio exterior, con el objetivo de mejorar la internacionalización de las pymes ofreciendo una información útil, en tiempo real y actualizada sobre 21 zonas económicas, 253 países y 9.000 productos. Este servicio está disponible en la dirección www.camaras.org.

tiation to the E-commerce (XXI Prince), in an agreement of collaboration reached with the Ministry of Science and Technology. In fact, this sector, centers a good part of the plans of performance of the Chambers, with other programs like Camerfirma, the society that negotiates the system of digital certification that guarantees the identity of any person or company; or the C@bi, information has more than enough foreign commerce through the net.

Foreign commerce

The Chambers of Commerce are specially active as regards foreign commerce, highlighting to this respect the organization of commercial missions, so much direct as inverse, to foment and to favor the commercial exchanges between Spain



Una de las ponencias impartidas durante la Asamblea General de Cámaras del pasado mes de noviembre.

Las Cámaras mantienen 33 Comités Bilaterales de Cooperación Empresarial con aquellos países en los que los empresarios necesitan una ayuda para comenzar a exportar. Los comités son creados a petición de la empresa y facilitan la apertura de ese mercado a los empresarios españoles. Para ello, se mantienen reuniones periódicas con autoridades de estos países, se organizan misiones comerciales para crear contactos entre empresarios de ambas naciones, se difunde información entre las empresas sobre la situación económica, oportunidades nuevas de

Los Comités Bilaterales de Cooperación Empresarial son una eficaz herramienta para comenzar a exportar

negocios, etc. Existen Comités de Cooperación en países de Asia, África, Europa y América, presididos por empresarios como Lucas Oriol de Talgo, Ignacio Ferrero de Nutrexpresa, Xabier de Irala de Iberia, Miguel Corsini de Renfe o Emilio Álvarez Mezquiriz del Grupo Eulen, entre otros.

También existe un acuerdo con objeto de coordinar las Cámaras de Comercio en el Exterior, convenio en el que participa la Secretaría de Estado de Comercio.

Son otros los servicios ofertados por las Cámaras, si bien no podemos olvidar su presencia en el Plan Cameral de Promoción de las Exportaciones y en el PIPE 2001-2006, programa que pretende convertir a 1.200 pymes en exportadoras habituales. De momento, en sus tan sólo tres años de vida, se ha conseguido que 2.000 pequeñas y medianas empresas vendan sus productos en el exterior. ■

and other countries. They are the second institution, after the official one that more resources dedicated to the promotion of foreign commerce. The Chambers maintain 33 Bilateral Committees of Managerial Cooperation with those countries in those that the managers need a help to begin to export. The committees are created at the request of the company and they facilitate the opening from that market to the Spanish managers. For it, they establish periodic meetings with authorities of these countries and are organized commercial missions to create contacts among managers of both nations, they spread information among the companies on the economic situation, new opportunities of business, etc. There are Committees of Cooperation in countries of Asia, Africa, Europe

and America, presided over by managers like Lucas Oriol of Talgo, Ignacio Ferrero of Nutrexpresa, Xabier de Irala of Iberia, Miguel Corsini of Renfe or Emilio Álvarez Mezquiriz of the Group Eulen, among others.

An agreement also exists to coordinate the Chambers of Commerce overseas in which participates the Secretary for State of Trade.

They are other the services offered by the Chambers, although we cannot forget their presence in the Chamber Plan of Promotion of the Exports and in the PIPE 2001-2006, it programs that it seeks to transform to 1.200 pymes into habitual exporters. For the moment, in their only three years of life, 2.000 small and medium companies sell their products overseas.

Murcia consolida su presencia en el exterior

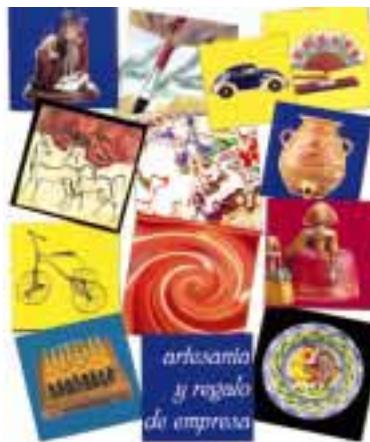
MONEDA ÚNICA

Un año más, el Instituto de Fomento junto con las Cámaras de Comercio de la Región de Murcia organizaban el Foro de Internacionalización de la Empresa Murciana. La cuarta edición y los X Encuentros con los Promotores de Negocios, presentaban algunas novedades, como la reducción a tres talleres de trabajo con monográficos que se completaban con seis seminarios específicos, para que los empresarios tuvieran más tiempo para visitar los expositores y entrevistarse con los promotores de negocios.

La cita fue el pasado 7 de abril y el objetivo seguir ofreciendo los instrumentos y herramientas que facilitan la internacionalización de las empresas.

Un nutrido número de visitantes tuvieron la ocasión de participar en los talleres de trabajo, entrevistarse con las entidades financieras, organismos, instituciones, así como de mantener contacto directo con los promotores. Además, se aprovechó la celebración de este evento, para dar a conocer el acuerdo suscrito entre el INFO de Murcia y varias entidades financieras, con objeto de facilitar la financiación de las operaciones en el exterior.

El Gobierno regional ofrece en estos momentos varios programas de ayuda en campos tan variados como la financiación, la internacionalización, la logística y el suelo industrial, la innovación y el desarrollo tecnológico. De entre ellos, cabe destacar el **APEX**, Apertura de Nuevos Mercados, que facilita a las pymes murcianas, agrupaciones o consorcios de empresas, su desarrollo en mercados internacionales o el lanzamiento de nuevos productos, con una subvención a fondo perdido de hasta el 40%, o el **IMPLEX**, Implantación en el Exterior, para conseguir consolidar la presencia de las empresas en el exterior, con una subvención a fondo perdido de hasta el 50%. ■



**EL IV FORO DE
INTERNACIONALIZACIÓN
N CELEBRADO EN
MURCIA FUE UN
ÉXITO DE
PARTICIPANTES**



— Murcia consolidates its presence abroad —

One more year, the Institute of Development together with the Chambers of Trade of the Region of Murcia organized the IV Forum of Internationalization of the Murcian Company and the X Encounters with the Promoters of Business. In this occasion, the day presented some novelties, as the reduction to three working shops with monographics that were completed with six specific seminars, so that the managers had more time to visit the exhibitors and to interview with business promoters.

The appointment was the past 7th of April and the objective was to continue offering the instruments and tools that facilitate the internationalization of the companies. And the success again guaranteed, a nurtured number of visitors who had the occasion of participating in the working shops, to interview with financial entities, organism, institutions, as well as to maintain direct

contact with promoters. Also, the advantage of the celebration of this event was to let to know the agreement subscribed between the INFO of Murcia and several financial entities, with the object of facilitating the financing of the overseas operations.

The regional Government offers in these moments several programs of help in fields so varied as financing, internationalization, logistics and industrial floor, innovation and technological development. Of among them to highlight the APEX, Opening of New Markets, for it facilitates to the murcian pymes groupings or consortium of companies their development in international markets or the launching of new products, with a grant thoroughly lost of until 40%; or the IMPLEX, Overseas Installation, to be able to consolidate the presence of the overseas companies, with a grant thoroughly lost of until 50%.

“Debemos conquistar mercados antes inalcanzables”

“APOSTAR POR LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS, ES HACERLO POR EL CRECIMIENTO DE NUESTRA ECONOMÍA”. Así finalizaba su discurso el Consejero de Ciencia, Tecnología, Industria y Comercio de la Región de Murcia en la inauguración del IV Foro de Internacionalización de la Empresa Murciana, en donde se destacó el buen momento que están atravesando las exportaciones de la Comunidad.

◆ MONEDA ÚNICA

El consejero de Ciencia, Tecnología, Industria y Comercio de la Región de Murcia, Patricio Valverde Megías, fue el encargado de inaugurar el IV Foro de Internacionalización de la Empresa Murciana, una jornada que venía a corroborar el éxito de las anteriores, con más de 400 empresas participantes, 800 asistentes, 18 promotores de negocios y 500 entrevistas concertadas.

Ha llegado un momento en que las empresas no se conforman tan sólo con exportar, sino que buscan consolidar su presencia internacional, abrir nuevos mercados y afianzar sus negocios en otros países. Para ello, durante la celebración del IV Foro se firma un convenio con las principales entidades financieras para facilitar la financiación de los proyectos de inversión en el extranjero.

El consejero Valverde ya mencionaba que **“hemos batido records. Ya han sido 600 las empresas que están concertando entrevistas con los promotores de negocios, quienes ofrecen asesoramiento**

sobre nuevos mercados”.

“Hace diez años, las empresas que exportaban sus productos ascendían a 400, hoy en día ya son 1.000, a las que hay que sumar otras 600 que exportan de manera esporádica. Hemos conseguido diversificar los destinos y ya no sólo se vende a Europa, los productos murcianos llegan también al Magreb, Taiwán, Japón o China”, continuaba Valverde.

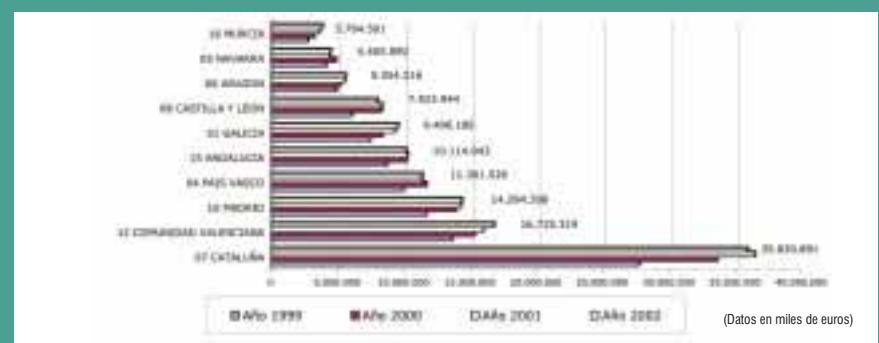
Durante el pasado año, se exportaron productos por valor de unos 300 millones de euros, un 6,2% más respecto al ejercicio anterior. Murcia se sitúa como la tercera Comunidad Autónoma que más ha aumentado sus ventas al exterior, por detrás de Baleares y Asturias. **“Hemos de hablar de avanzar y de conquistar mercados antes inalcanzables. Nuestras armas son innovar con nuevos productos, invertir en nuevas tecnologías y apostar por la investigación, puesto que contamos con un gran capital humano y un buen nivel de competitividad”.** ■



Patricio Valverde Megías, consejero de Ciencia, Tecnología, Industria y Comercio momentos antes de inaugurar el IV Foro de Internacionalización de la Empresa Murciana.

tado sus ventas al exterior, por detrás de Baleares y Asturias. **“Hemos de hablar de avanzar y de conquistar mercados antes inalcanzables. Nuestras armas son innovar con nuevos productos, invertir en nuevas tecnologías y apostar por la investigación, puesto que contamos con un gran capital humano y un buen nivel de competitividad”.** ■

Ranking de exportaciones por CC.AA. 1.999-2.002



De derecha a izquierda, Presidente de la Cámara de Comercio de Lorca; Presidente de CROEM; Consejero de Ciencia, Tecnología, Industria y Comercio y los Presidentes de las Cámaras de Comercio e Industria de Murcia y Cartagena.

Francisco Sardina, director del Instituto de Fomento de la Región de Murcia.



Los 18 Promotores de Negocios responden a cuatro cuestiones claves para el exportador.

BENELUX



- 1- Conservas vegetales, frutas, hortalizas, pimentón, vino y mármol.
- 2- Flores, productos químicos y en alimentación, en concreto, las cebollitas "Silver Skin".
- 3- Son muchos los transportistas murcianos en Benelux. Destacar también el Puerto de Amberes y de Rotterdam.
- 4- La carta de crédito no suele ser muy utilizada en Benelux. Por el contrario, los documentos más usuales son la transferencia de pago a 30/60 días, o el pago por adelantado con descuento.

MÉXICO



- 1- Tecnología agraria como invernaderos, riego o plástico, alimentación y vinos (Licor 43, caviar, conservas de frutas y vinos) y maquinaria conservera.
- 2- Básicamente petróleo y productos derivados.
- 3- Una gran implantación tanto del Puerto de Valencia como de Barcelona.
- 4- Recomiendo exigir siempre la carta de crédito, además de ser muy flexibles en los plazos. El dinero en México es un bien muy caro. Les interesa financiarse fuera.

REINO UNIDO



- 1- Productos frescos, alimentos, zumos, vinos, conservas, pimentón y especias, y mueble.
- 2- Productos químicos, farmacéuticos, alimentación y bebidas.
- 4- La carta de crédito, sobre todo, al iniciar las relaciones comerciales.

MARRUECOS



- 1- Agroalimentarios (zumos, conserva vegetal, golosinas...), químicos (detergente, insecticidas, ambientadores...), tecnología agrícola (riego, tubería y sistemas).
- 2- Agrícolas (alcaparra, pimentón, caracoles) o productos químicos, derivados del fosfato o mineral.
- 3- Las vías de comunicación entre España y Marruecos son excelentes tanto por tierra, como por mar y aire. Y entre Murcia y Marruecos, sobre todo, se utiliza el transporte terrestre. La vía marítima se podría mejorar y el transporte aéreo es prácticamente inexistente.
- 4- Indudablemente, la carta de crédito irrevocable.

REP. CHECA



- 1- Productos frescos, pimentón, muebles, conservas vegetales y frutas.
- 2- Cristal.
- 3- Sobre todo se utiliza el transporte por carretera por su fluidez.
- 4- El seguro de crédito a la exportación.

POLOÑIA



- 1- Cítricos, frutas y verduras en general, conservas vegetales, mueble, mármol, especias y maquinaria para el procesamiento de alimentos.
- 2- Madera, turba, servicios de transporte, frutas y verduras congeladas.
- 3- Son buenas, debido al importante tráfico de frutas y verduras que hay entre Murcia y Polonia.
- 4- Principalmente, el seguro de crédito a la exportación, la garantía bancaria y el pago anticipado.

CONO SUR, ARGENTINA



- 2- Madera, alimentos y productos químicos.
- 3- Las comunicaciones son normales. Semanalmente sale un barco y hay vuelos diarios.
- 4- El pago anticipado. Están suspendidas las cartas de crédito.

TAIWAN



- 2- Muebles, mármol y materias primas del sector alimentación.
- 3- Artículos de deporte y regalo.
- 4- Las comunicaciones son muy buenas.

ALEMANIA



- 1- Productos alimenticios.
- 2- Cerveza, salchichas, coches, electrodomésticos y óptica.
- 3- Sobre todo se utiliza el tráfico terrestre. La mayor problemática se suscita por las pocas salidas de España en verano y la falta de retornos en invierno.

JAPÓN



- 1- Atún, muebles, mármol, pimentón y vino.
- 2- Automóviles y electrodomésticos.
- 3- Las comunicaciones son muy fluidas.

U.S.A. (LA)

- 1- Mármol, productos químicos, material para la construcción, conservas, tecnología agrícola y muebles.
 3- Las comunicaciones son excelentes, debido a la dinámica y la gran actividad comercial entre ambos países.
 4- Destacaría la carta de crédito y el seguro de crédito a la exportación.

U.S.A. (NY)

- 1- Conservas, productos frescos, vino y calzado.
 4- La carta de crédito.

E.Á.U.-QATAR

- 1- Productos agrícolas, muebles, piedra natural, calzado y materiales de construcción.
 2- Gas natural.
 3- Las comunicaciones logísticas son fluidas, existen muy buenas líneas de transporte marítimo.
 4- El crédito documentario y destacaría las líneas ICO-ICEX y CESCE.

CHINA

- 1- Piedra natural, productos elaborados de madera y tecnología agrícola.
 2- Juguetes, artículos promocionales, materiales de construcción y componentes de la industria química y farmacéutica.
 3- Hay una buena comunicación desde el Puerto de Valencia.
 4- Siempre recomendaría la carta de crédito, tanto en la compra como en la venta de productos.

HUNGRÍA

- 1- Productos frescos como limón, naranja o pimentón; muebles, fragancias, aromas y piensos animales.
 2- Carne de cerdo, piel cruda de vacuno o pimentón de mucho aroma.
 3- Existen cada vez más empresas transportistas con cargas continuas entre ambos países, tanto en grupaje como en cargas complejas.
 4- Si se trata de productos de alto valor o de grandes cantidades, conviene contratar un aval bancario, para que no se produzcan dificultades en el servicio continuo de mercancías.

FRANCIA

- 1- Alimentación, calzado, muebles y productos hortofrutícolas.
 3- Las comunicaciones terrestres son muy buenas.
 4- La letra de cambio.

BRASIL

- 1- Productos químicos, encurtidos, productos farmacéuticos y conservas vegetales.
 2- Azúcar, componentes de automoción y material eléctrico.
 3- Transporte marítimo.
 4- La carta de crédito.

ESCANDINAVIA

- 1- Hortalizas y vino.
 2- Madera, papel y productos químicos.
 3- El problema que existe es el de encontrar transportistas a buen coste. Hay dificultad para encontrar retornos.

MURCIA SU JUGADA MAESTRA



Situar su inversión en la
Región de Murcia, le
llevará estratégicamente
a lo más alto:

- Situada en el Arco Mediterráneo, con excelente desarrollo económico.
- Región Objetivo 1 dentro de la Unión Europea, lo que significa la posibilidad de acceder a las máximas ayudas comunitarias.
- Suelo Industrial a precios por debajo de la media nacional.
- Comunicaciones y Transporte al máximo nivel.
- Personal cualificado y altamente especializado.

- Un clima que asegura más de 300 días de sol al año.
- Excelente calidad de vida.

Invertir en Murcia.

Es el lugar y el momento oportuno.



Para más información:

Teléfono: 968 36 68 43 • Fax: 968 36 28 22 • web: www.investinmurcia.com • e-mail: inv.murcia@info.carm.es



Patrício Valverde, consejero de Ciencia, Tecnología, Industria y Comercio en su visita a los stands.

El comercio internacional se ha convertido en una necesidad. Y por lo tanto, expertos en materias de internacionalización son cada vez más demandados por las empresas que, por otra parte, deben reciclar en un entorno, el del comercio exterior, complejo y dinámico. Muchos centros y escuelas de formación han introducido en sus programas masters dirigidos a esta área de actividad y cursos que también fueron presentados durante el IV Foro de Internacionalización de la Empresa Murciana.

Masters de postgrado en la Región de Murcia

DESTACAR LA IMPORTANTE PRESENCIA DE LAS ESCUELAS DE POSTGRADO MÁS PRESTIGIOSAS EN EL IV FORO DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA MURCIANA

Escuela de Negocios Fundación Universidad Empresa de La Región de Murcia

Cuenta con el Master en Dirección y Gestión de Comercio Exterior, de 750 horas de duración, que capacita a los alumnos para el acceso a puestos de responsabilidad en el área de las relaciones internacionales de la empresa, el ingreso en instituciones públicas españolas y el desarrollo de actividades de consultoría en comercio exterior.

El Master en Dirección Financiera abarca un total de 575 horas y está dirigido a directivos, técnicos, mandos intermedios, empresarios y profesionales que deseen completar su formación financiera o efectuar un reciclaje y puesta a punto en sus conocimientos.

Escuela Europea de Negocios

De entre todos sus programas master, destacan el MBA Internacional, que combi-

na la formación teórica con las prácticas en empresas de Europa y Estados Unidos. Los objetivos del mismo son dotar a los alumnos de una visión integradora, habilidades directivas, liderazgo, conocimientos técnicos de gestión, uso profesional de Internet, captación de inversiones, gestión del talento, gestión de la cooperación empresarial internacional y creación de ventajas competitivas.

FUNDESEM

La Fundación para el Desarrollo Empresarial, también presente en la jornada de Murcia, presentó su amplia gama de cursos de formación, entre los cuales se encuentran el Master en Dirección Económica Financiera, Master en Dirección de Marketing, Curso de Alta Dirección Empresarial y Master en Dirección de Recursos Humanos, entre otros. ■



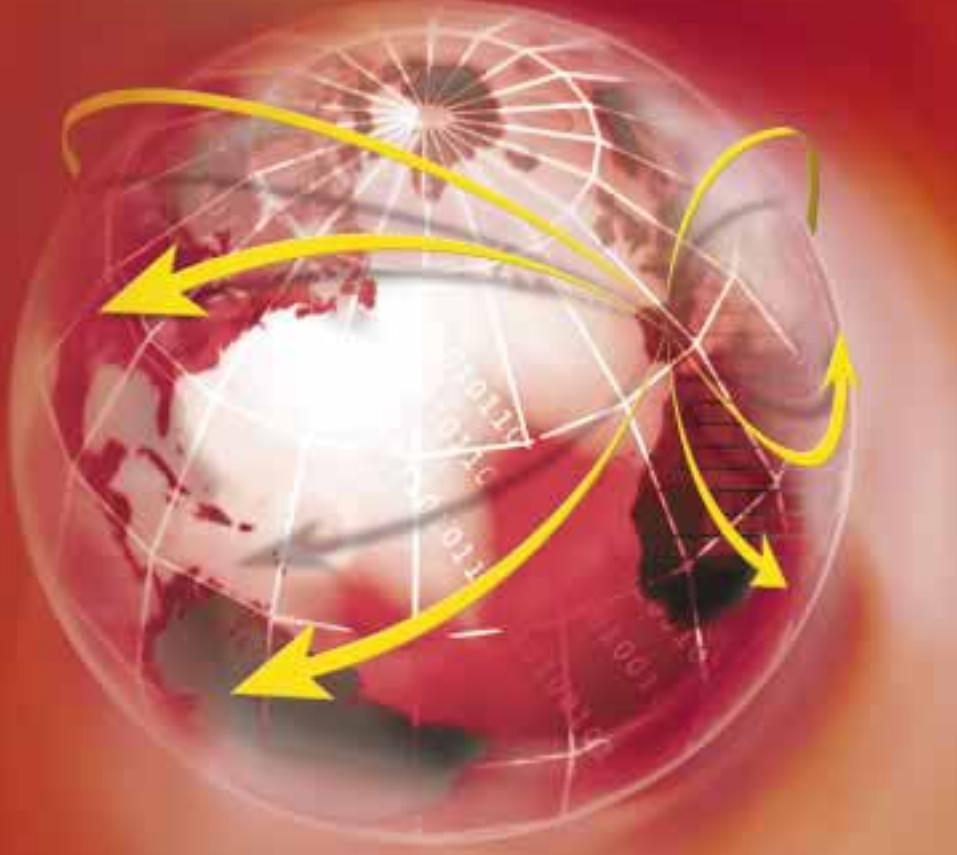
El pasado 9 de abril el Gobierno de Navarra, a través de la Dirección General de Comercio y Turismo, presentaba el Plan de Internacionalización de la Empresa Navarra 2003, un compendio de seis programas

(información y sensibilización, formación, promoción y seguimiento, programa de implantación en el exterior, servicios de apoyo a la internacionalización y programa del sector servicios) para fomentar la salida

al exterior de las empresas de la región.

La presentación corrió a cargo de la consejera de Industria y Tecnología, Comercio, Turismo y Trabajo, Nuria Iturriagagoitia, junto con el director general de Comercio y Turismo, Javier Taberna Aldaz, y el director del Servicio de Comercio y Consumo, Joaquín Labiano Berástegui.

Entre las principales novedades que introduce, el Plan hay un mayor apoyo al sector servicios y a los programas NATUR (sector turístico) y ERENA (idiomas). Además, se presentaba un programa específico destinado al sector sanitario, destinado a pacientes extranjeros en listas de espera. ■



Plan Cameral de Promoción de Exportaciones

Las Cámaras de Comercio son las instituciones que más recursos dedican a promocionar la internacionalización de las empresas, después de la Administración.

Todas sus acciones se concretan cada año en el Plan Cameral de Promoción de Exportaciones. Un compromiso público con los exportadores que desarrolla acciones de Promoción, Formación, Información y Turismo, en 124 países.

Coordinado con la Secretaría de Estado de Comercio y Turismo, ICEX, Turespaña y las Comunidades Autónomas.

APOYO A LA PYME: PIPE 2000

- Una iniciativa destinada a fomentar que las pequeñas y medianas empresas que no exportan, lo hagan de forma habitual.
- Gestionado y financiado por las Cámaras de Comercio, ICEX, Comunidades Autónomas y Fondos FEDER.

SERVICIO CONSULTOR DE COMERCIO EXTERIOR: C@CEX

- Un servicio que responde a las preguntas más frecuentes que se hace una empresa exportadora.
- 1.500 respuestas a cuestiones como Contratación, Coberturas Comerciales o Medios de Pago, entre otras.

BASE DE DATOS

- La primera y más completa base de datos gratuita sobre Comercio Exterior, en Internet.
- La única que clasifica importaciones y exportaciones por Comunidades Autónomas y Provincias.

SERVICIO DE BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN: C@BI

- El Programa de las Cámaras destinado a encontrar en internet, la información que la empresa exportadora necesita.
- Más de 1.000 páginas seleccionadas y gestionadas por técnicos especializados.

CÁMARAS DE COMERCIO EN EL EXTERIOR

- 37 Cámaras a su disposición, en colaboración con las oficinas comerciales.
- Un servicio técnico para ayudar a las empresas a mejorar sus posibilidades de negocio.

COMITÉS BILATERALES

- 33 Comités en todo el mundo.
- Un foro abierto creado para mantener relaciones fluidas y permanentes con empresas de otros países.



Magdalena Álvarez Arza, consejera de Economía y Hacienda de la Junta de Andalucía, en la presentación de EXTENDA.

CdeA se crea en 1985 con el objetivo principal de potenciar la comercialización de los productos andaluces en el mercado nacional y algunos mercados exteriores. Andalucía ha crecido a un ritmo trepidante durante los últimos diez años, en los que su PIB se ha incrementado en más de un 41% y sus exportaciones se han triplicado.

Este panorama es el que, finalmente, ha desembocado en un cambio en el organismo de promoción, adaptándose a la nueva situación del comercio exterior andaluz. De esta manera, el pasado mes de abril se presentaba la nueva identidad de la empresa pública adscrita a la Consejería de Economía y Hacienda, que pasa a denominarse Agencia Andaluza de Promoción Exterior, EXTENDA.

El cambio no responde única y exclusivamente a la adopción de un nuevo nombre, sino que responde a la adaptación a un proceso económico que vive la Comunidad, y sus empresas, que buscan ampliar sus ventas en otros mercados internacionales.

EXTENDA prestará servicios de promoción comercial directa, de apoyo a la internacionalización y a la inversión exterior. Cuenta con una red propia de 12 Unidades de Promoción de Negocios, estratégicamente situadas en los mercados que ofrecen mayores oportunidades para las

Nace EXTENDA, la nueva Agencia Andaluza de Promoción Exterior

CDEA, COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS ANDALUCES, HA CAMBIADO SU NOMBRE Y LO SUSTITUYE POR EXTENDA. LA NUEVA AGENCIA ANDALUZA DE PROMOCIÓN EXTERIOR CONTINUARÁ OFRECIENDO ASESORAMIENTO Y HERRAMIENTAS PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN, EN UNA COMUNIDAD EN LA QUE EL COMERCIO EXTERIOR SIGUE POR UNA SENDA IMPARABLE DE CRECIMIENTO.

empresas andaluzas, y ofrece una amplia oferta de servicios de información y formación. En el año 2002, llevó a cabo 323 actuaciones en las que han tenido lugar 4.534 participaciones de empresas de todos los sectores productivos.

Los sectores más representativos en el contexto internacional andaluz son el agroalimentario, con su producto estrella, el aceite de oliva; al que siguen pimientos dulces, tomates frescos, fresas, aceitunas y pepinos y, en menor cantidad, calabacines, vino de Jerez, melones, claveles, brandy de Jerez, naranjas, aguacates y sandía.

Almería y Sevilla son las provincias que acaparan la mayor parte de la producción total exportable.

En cuanto a los principales destinos a los que se dirigen las exportaciones andaluzas, predominan los países de la Unión Europea (80% del comercio). Otros mercados a destacar son Estados Unidos, Japón y México.

También Hungría ha despuntado con fuerza durante el último año, desde que se incrementaron las relaciones comerciales con este país a raíz de la inauguración del Consulado de Andalucía de Hungría en Málaga. ■



Oportunidades de negocio en el Sur de la Federación Rusa

MONEDA ÚNICA

El representante plenipotenciario del Presidente de la Federación de Rusia en el Distrito Federal Sur, Víctor Kazantsev, destacaba, en el encuentro organizado por las Cámaras de Comercio las oportunidades de negocio existentes en su país para los empresarios españoles. De esta manera, destacaba como principales sectores los de petróleo, turismo y agricultura. Cabe advertir que, en estos momentos, existen más de 350 proyectos económicos en el Distrito Federal Sur de Rusia abiertos a la inversión extranjera, entre los que destacan la explotación del oleoducto Torrente Azul, situado en la zona, así como la construcción de buques petroleros, que ya ha sido asignada a astilleros españoles.

A la jornada acudieron más de 150 empresas de la región rusa y otras 200 españolas. Dos países que estrechan lazos comerciales y entre los que existen 14 contratos preparados para ser firmados que pondrán en marcha nuevos proyectos.

Durante el encuentro, que ha estado presidido por José Manuel Fernández Norniebla, presidente de las Cámaras de Comercio



Fernández Norniebla y Kazantsev firman un acuerdo para impulsar las relaciones comerciales bilaterales.

españolas, y por Juan Costa, secretario de Estado de Comercio y Turismo; Karantsev ha destacado la necesidad de aumentar la cooperación entre ambos países, tanto desde el punto de vista comercial como de inversión. Por este motivo, Cámaras y Administración del Distrito Federal Sur de Rusia han firmado un convenio de colaboración, mediante el cual, ambas instituciones se comprometen a la realización de actividades que promuevan la cooperación empresarial bilateral y el intercambio de

información sobre oportunidades comerciales entre ambos países. Por su parte, Costa anuncia la próxima celebración de un Foro de Inversiones y Cooperación Empresarial Hispano-Ruso, que tendrá lugar en Moscú entre los días 25 y 27 de junio. El evento se desarrollará en paralelo a la Feria Expohabitat 2003, exposición que engloba los sectores relacionados con la decoración, como son el mueble, la iluminación y los textiles para el hogar, entre otros. ■

Nuevos mercados en Egipto

La misión comercial organizada por la Cámara de Comercio de Zaragoza volvía con excelentes perspectivas para cerrar acuerdos comerciales. Una de las principales líneas del Programa de Comercio Exterior de la Cámara para 2003 es potenciar el mercado del norte de África, con misiones a Túnez, la celebrada en Egipto, Marruecos y Argelia.

Por otra parte, otra de las misiones comerciales se dirigía a la República Dominicana y Panamá, puesto que otro de los objetivos que se pretenden alcanzar es introducirse en el área de Centroamérica y Caribe, como plataformas hacia EE.UU. En este sentido, México se ha convertido ya en el principal mercado fuera de la Unión Europea para las exportaciones aragonesas.

China, séptimo país que más ventas realiza a España

Según la base de datos de comercio exterior de las Cámaras de Comercio, las importaciones españolas procedentes de China ascendieron el pasado año a 5.610 millones de euros, lo que supone un aumento del 10,6% con respecto a 2001. Sólo cinco países de la Unión Europea -Alemania, Francia, Reino Unido, Italia y Países Bajos-, además de Estados Unidos, superan a China en valor de importaciones realizadas a España.

Las compras españolas al país asiático, según se desprende de los datos de las Cámaras, suponen el 3,3% del total de las importaciones que realizaron las empresas españolas en 2002. "Máquinas, aparatos y material eléctrico", que representa el tercer capítulo importador español, es la principal rama de actividad china con mayor éxito en nuestro país.

Relaciones comerciales España-China

Total exportaciones	787.541.000 euros
Calderas, máquinas y artefactos mecánicos	140.858 miles euros
Automóviles	91.584 "
Material eléctrico	85.155 "
Total importaciones	5.610.654.000 euros
Material eléctrico	976.929 miles euros
Calderas, máquinas y artefactos mecánicos	682.363 "
Juguetes, juegos y artículos de recreo	476.226 "

Durante el periodo analizado, las compras españolas de este tipo de productos alcanzaron los 976,9 millones de euros, lo que supone el 6,6% del total de importaciones de estos productos realizadas por las empresas españolas durante 2002. ■

La Banca comercial de empresas

soporte básico de referencia en el comercio internacional



SON MUCHAS LAS ENTIDADES FINANCIERAS QUE OPERAN EN ESPAÑA. TANTO LA BANCA EXTRANJERA INSTALADA EN ESPAÑA, COMO LOS BANCOS NACIONALES O LAS CAJAS DE AHORRO, OFRECEN UN AMPLIO ABANICO DE SOLUCIONES PARA LAS EMPRESAS EN EL ÁMBITO DEL COMERCIO INTERNACIONAL

MONEDA ÚNICA

Carmen Ara

Ante las distintas necesidades de utilización de recursos y herramientas financieras, las empresas necesitan en cualquier punto de su proceso de internacionalización las soluciones financieras que se adapten a los

procesos que se van llevando a cabo en esta materia. Las entidades financieras, dan respuestas a estas necesidades, habiendo entre ellas una gran especialización.

Siempre, por complicado que pueda parecer, existe un banco perfectamente capacitado para respon-

der cualquier demanda concreta, e incluso con capacidad de personalización para cada caso empresarial.

Tras el estudio de viabilidad de cada proyecto, el primer paso a dar en el estudio de las necesidades financieras de una empresa, tienen que ir siempre acorde al estudio empresarial, fruto del conocimiento de la propia empresa. Una empresa no es una hoja de excel llena de números, ni siquiera unos extensos informes que hablan acerca de los planes de negocio. Una empresa siempre está sujeta a los factores internos de la propia compañía, pero también de los factores de la coyuntura externa. Coyuntura económica trasnacional, competencia de la compañía en cuestión, solvencia de las entidades con las que estamos tratando,... y un sinfín de parámetros que cualquier financiero ha de conocer antes de dar la solución financiera ideal a ►

Amplia presencia de entidades financieras en Murcia

Fueron varias las entidades financieras que participaron en el IV Foro de Internacionalización de la Empresa Murciana: Cajamar, Bankinter, Sabadell, Banco Pastor, BBVA, BSCH, Banesto, Cajamurcia, CAM, Banco Popular o el Banco de Valencia. Todas ellas actuarán dentro del plan de promoción exterior del Instituto de Fomento de la Región de Murcia.



La presencia de las entidades financieras permitía dar a conocer los productos y servicios internacionales que ofrecen, tan importantes para el exportador. Asesoramiento sobre financiación de importaciones y exportaciones, prefinciamiento; órdenes de pago; cheques; sistemas de cobro rápido de exportaciones; cobranzas simples y documentarias; créditos documentarios y Stand By Letter of Credit; garantías exteriores; informes comerciales exteriores; cobertura del riesgo de cambio; cobertura de otros riesgos... Sobre todo, se puso de manifiesto cómo, poco a poco, las entidades financieras van perfilando productos y servicios diseñados a la medida de las necesidades de cada empresa. Por ejemplo,

el Grupo Santander Central Hispano, cuenta con un servicio de financiación de bienes de equipo, plantas industriales o proyectos, bajo la modalidad del Crédito a Comprador Extranjero y Crédito a Suministrador. Además, tramita de forma ágil y rápida los avales y garantías recibidos del exterior y, debido a su extensa red de oficinas, facilita especialmente los negocios entre España y Portugal, ofreciendo productos y servicios tales como collection account, IBOS-GSL,

cobro de recibos y cheques o asesoramiento e información sobre oportunidades comerciales. Banco Popular dispone de un servicio especial en Europa del Este, de manera que las empresas-clientes pueden beneficiarse de la colaboración existente, desde hace más de 10 años, con la entidad alemana HypoVereinsbank, segundo grupo bancario en Alemania, que pone a su disposición una red de más de 1.400 oficinas en Alemania y Europa Central y del Este. ■





Haga despegar su empresa de la manera más fácil

Comercio Exterior

BBVA le ofrece las mejores herramientas para llevar su empresa a los mercados que más le interesen, tan lejos como desee y tan cómodo como viajar en primera clase. Con una atención personalizada y la seguridad de contar con la mayor experiencia en el mercado internacional.

Acérquese a BBVA y haga despegar su negocio.

BBVA

La CAM con la internacionalización de la empresa

En la actual coyuntura económica, el impulso de la globalización hace que las empresas ya no aborden la internacionalización de sus actividades como una opción de crecimiento, sino como una obligación para asegurar su supervivencia en unos mercados cada vez más competitivos.

En la Caja de Ahorros del Mediterráneo, hemos asumido el compromiso de facilitar a nuestros clientes sus estrategias de internacionalización, sobre la base de una dilatada experiencia en la gestión de la operativa internacional, con productos y servicios adaptados a las necesidades de la empresa que aborda su salida al exterior o a aquella que pretende diversificar mercados para consolidar su negocio y aumentar su competitividad.

Para ofrecer apoyo local a nuestros clientes en sus principales mercados de actuación (Europa, América Latina, Asia, Países del Este), contamos con una importante red de corresponsales y acuerdos de colaboración a nivel internacional, siempre con ventajosas condiciones y un asesoramiento especializado. En la actualidad, estamos desarrollando un plan de apertura de nuevas oficinas de representación en el exterior, que iniciamos en Cuba y República Dominicana, y que engloba diferentes países en un futuro próximo.

En esta línea, destacamos nuestro posicionamiento en Europa Central y del Este, mercados que ganan importancia para nuestros clientes, en el marco de una estrecha colaboración con bancos líderes en la región. Asimismo, en colaboración con el BERD (Banco Europeo de Reconstrucción y Desarrollo), facilitamos a nuestros clientes exportadores su actividad en la zona, al aumentar las coberturas del riesgo en sus transacciones



Pedro Díaz, director de Comercio Exterior de la CAM.

comerciales. Así, nuestro Servicio CAM Europa proporciona al cliente una amplia plataforma de apoyo a través de ayudas financieras, líneas específicas de financiación multilateral y un asesoramiento integral personalizado.

Recientemente, hemos incorporado al área de internacional la figura del gestor especializado en comercio exterior, ubicado en las plazas más activas de nuestras zonas de actuación, para ofrecer "in situ" asesoramiento y apoyo técnico a las empresas con vocación internacional en cualquier tipo de gestión con el exterior.

Nuestro principal reto en el acompañamiento a nuestros clientes es ayudarles a conseguir sus objetivos de crecimiento, evitándoles riesgos y aportando agilidad a su operativa. A este fin contribuye nuestra oferta en productos de aseguramiento, que se completa con líneas de Factoring internacional y Forfaiting, además de nuestros servicios on-line a través del Portal CAM Empresas, al que se puede acceder a través de nuestra web www.cam.es, que da acceso a información financiera y comercial de última actualidad, así como a servicios de búsqueda y tramitación de ayudas y subvenciones (Astramed), información financiera de empresas (Informed), etc.

Destacar además, que mantenemos acuerdos con instituciones y organismos que apoyan la actividad internacional de la empresa, tanto en el ámbito nacional como regional, entre los que destacan CESCE, IVEF, INFO ó COEPA (de cuyo Euro-Info-Centre somos entidad colaboradora), para crear sinergias en la complementariedad de servicios internacionales a disposición de la empresa. En esta línea, nos sumamos a los acuerdos firmados y a los programas plurianuales de actuación de estos organismos, como son el PIEV en el caso del IVEF, o el Plan de Promoción Exterior 2000-2006 del INFO. ■

SERVICIOS PERSONALIZADOS adaptados a las necesidades específicas de cada cliente:

- Servicio de Asesoramiento Internacional para empresas: servicio de consultoría en promoción de negocios, marketing internacional, estudios de mercado...
- Gestores Especializados en Comercio Exterior.
- Servicio CAM Europa: apoyamos sus proyectos comerciales, financieros y de inversión con ayudas financieras de la CE, líneas de financiación multilateral...
- Convenios de Colaboración: ponemos a su alcance líneas específicas desarrolladas en el marco de convenios con organismos nacionales y extranjeros.

SERVICIOS OPERATIVOS, con grandes facilidades en sus operaciones:

- Financiación de sus operaciones en Comercio Exterior: con la cobertura de una única Línea de Riesgo de Comercio Exterior, e información on-line de cada operación.
- Garantías de pago sobre el exterior: créditos documentarios, créditos stand-by y garantías.
- Gestión y tramitación de cobros y pagos con el exterior.
- Préstamos de financiación de circulante para empresas exportadoras: por el 20% del volumen de sus operaciones durante doce meses en condiciones preferentes.
- Línea de Financiación Export-Factoring: cobertura del riesgo comercial de sus exportaciones, con simultánea financiación en condiciones preferentes.
- Línea Forfaiting-Exportación: compramos sin recurso los documentos financieros emitidos a cargo de sus clientes importadores.
- Cobertura de Riesgos de Cambio.
- Cobertura CESCE: Línea de financiación de exportaciones en condiciones favorables y cobertura de riesgo de crédito CESCE.

aquella necesidad.

La rapidez es uno de los factores que juegan un papel primordial a la hora de hacer operaciones internacionales de determinado calado, por tanto, la flexibilidad de los analistas financieros tiene que ser otra de las bazas a jugar para poder solventar lo que en algunos casos puede resultar un problema.

En el comercio internacional, el número de variables que afectan la relación banco-empresa es más amplio que en el mercado local. Por este motivo, conviene conocer cuál es la situación, en qué punto nos encontramos en el camino de la internacionalización de nuestra empresa, para no equivocarnos a la hora de seleccionar el banco o los bancos con los que tenemos que trabajar.

Por desgracia, no hay una administración que oriente con responsabilidad y profesionalidad necesarias al respecto de la toma de decisión para esta selección de entidades con las que deberíamos contar en nuestra "aventura exterior".

Un error en esta selección de entidad, perjudicará enormemente el bien máspreciado de una empresa, que en el caso de las Pymes suele ser el tiempo de los directivos.

La entidad, que como se ha indicado tiene que dar respuesta con agilidad, tendrá que tratar a cada cliente "a medida". La solución válida para una empresa (financieramente hablando) puede no serlo para otra, no olvidando que las soluciones financieras no se restringen a las que aportan las entidades financieras.

Suponiendo que una empresa se enfrenta en su primera venta internacional y es una empresa por ejemplo asturiana y sus bancos habituales son pequeños, puede darse el caso de que el personal desempeñe sus funciones en Madrid (en sus oficinas centrales) y no tengan a ningún técnico de comercio exterior preparado cercano a nuestro lugar de trabajo. En este caso, el resultado será un camino de obstáculos en la relación banco - empresa.

Las nuevas tecnologías también ►



GRUPO BANCO POPULAR

BANCO POPULAR ESPAÑOL
BANCO DE CRÉDITO BALEAR

BANCO DE ANDALUCÍA
BANCO DE GALICIA

BANCO DE CASTILLA
BANCO DE VASCONIA

THINK EUROPE
THINK POPULAR

THINK EUROPE
THINK POPULAR

BANCO POPULAR ESPAÑOL

BANCO DE ANDALUCÍA

BANCO DE CASTILLA

BANCO DE CRÉDITO BALEAR

BANCO DE GALICIA

BANCO DE VASCONIA

La red global para la financiación de exportaciones



ING es una institución financiera global de origen holandés, creada a raíz de la fusión de la primera entidad aseguradora de Holanda, ING Nationale Nederlanden; y uno de los principales bancos comerciales, NMB Postbank Group, convirtiéndose en una de las principales entidades financieras mundiales en cuanto a mejores resultados. La actividad del Grupo ING está centrada en torno a tres grandes áreas de negocio: seguros, banca y gestión de activos. El Grupo ING está además presente en 65 países.

La red global de ING, con presencia tanto en los mercados desarrollados como en los emergentes de los cinco continentes, es una herramienta clave para el desarrollo de una actividad donde ING es especialista: las financiaciones a la exportación.

El Grupo ING cuenta con un equipo de especialistas, más de 50 profesionales en España, para estructurar operaciones de financiación de exportaciones, con un alto grado de conocimiento de las principales agencias de crédito a la exportación (ECAs), repartidos en los doce mercados más importantes: Nueva York, Ámsterdam, Bruselas, Frankfurt, Londres, Madrid, Milán, París, Praga, Varsovia, Seúl y Tokio.

El equipo de Financiaciones de Exportación apoya a sus clientes en:

- Obtención de financiación para la adquisición de bienes de equipo o para el desarrollo de proyectos de inversión.

- Búsqueda de soluciones para mitigar los riesgos políticos y comerciales relacionados con los proyectos de exportación.

- Estructuración de proyectos a medida para

mitigar el riesgo transfronterizo apoyándose en diferentes figuras: crédito documentario, confirmaciones, off-take agreements, seguros privados, co-financiaciones con agencias multilaterales, etc.

Tenemos experiencia probada en la estructuración y financiación de proyectos de exportación y cuenta, para transacciones más complejas como el Project Finance, con el apoyo de especialistas de producto en áreas de recursos naturales, agua, gas, electricidad, telecomunicaciones, transporte y logística. Además, ING es uno de los bancos más activos en la estructuración y participación en co-financiaciones con agencias multilaterales como IFC, ADB, MIGA, CAF, EIB y EBRD.

ING posee una importante presencia local en países importadores, especialmente en los Países de Centro y Este de Europa: Bulgaria, Eslovenia, Hungría, Kazajstán, Polonia, República Checa, Rumanía, Rusia y Ucrania, que facilita un mejor conocimiento del mercado y un tratamiento local de las operaciones. Además, contamos con una extensa red de bancos correspondientes y acuerdos marcos, junto con un cierto apetito para absorber riesgo país, herramientas claves al servicio de los exportadores.

En un entorno globalizado, son cada vez más numerosos los proyectos que se realizan en consorcio con empresas de diferentes países, la presencia multinacional de ING facilita la estructuración, implementación y desarrollo de esos proyectos. ■

Asunción Gómez
Grupo ING Financial Institutions
asuncion.gomez@bbl.be

han ayudado a este desarrollo y en algunos bancos se puede incluso operar en un porcentaje muy alto a través de Internet en el mercado internacional.

Soluciones como financiación de operaciones en comercio exterior, garantías, coberturas de crédito, factoring internacional, cobertura de riesgos de cambio, son terminología de uso diario. Algunas entidades realizan importantes esfuerzos, incluso en no ofrecer exclusivamente las herramientas operativas a sus clientes, sino que dan servicios de alto valor añadido de consultoría internacional, realización de planes de marketing y expansión, usando la amplia red de personas preparadas en comercio exterior repartidas en todas las provincias españolas para dar el soporte necesario a las empresas españolas.

La banca internacional, también ha acuñado en su conocimiento el proceso de globalización al que se ha llegado en los últimos años. Con lo cual, se dan numerosos casos de acuerdos entre bancos de distintos países para ofrecer la cobertura financiera a aquella empresa que, siendo cliente de la entidad financiera, no tiene que dejar de serlo, pudiendo operar en el país destino de la venta, compra o inversión exterior, con esa otra entidad que tiene acuerdo con nuestro banco.

Por otro lado, las entidades financieras son capaces de dar referencias comerciales de un posible proveedor o cliente, se puede solicitar información relativa a los hábitos de pago o cobro, a su estilo de hacer negocios, y en definitiva ofrecer a nuestras empresas una información añadida que sin duda aminorará riesgos en cualquier operación.

Con esta área de negocio que los bancos y cajas españoles e internacionales están potenciando en España, las entidades financieras se convierten en un soporte básico de referencia para miles de empresas en su proceso de internacionalización.

A lo largo de estas páginas, se ven los distintos posicionamientos de algunas de las más significativas entidades que ofrecen servicios de comercio internacional en España. ■

La Guía de Comercio Exterior de Banesto

UNA HERRAMIENTA ÚTIL E
INDISPENSABLE PARA EL EXPORTADOR

Banesto ha puesto a disposición del empresario exportador la denominada Guía de Comercio Exterior (COEX), un documento práctico que repasa de forma breve los medios de pago internacionales, la cobertura de riesgos y las financiaciones de importación y exportación.

No cabe duda que un buen asesoramiento en estas materias es fundamental, al tratarse de un campo de actuación amplio y complicado, en el que muchos empresarios se están jugando cuantiosas inversiones.

Banesto ofrece soluciones a estos problemas, y cabe destacar en esta ocasión, el Proyecto Europa, en el que la entidad está involucrada.

Se trata de una sociedad de servicios del grupo

Banesto especializada en ofrecer asesoramiento e información a empresas e instituciones en asuntos relacionados con la Unión Europea, tramitación de ayudas y subvenciones. Además, se organizan misiones comerciales, cuyo objetivo es facilitar el acceso de empresas españolas a terceros mercados y fomentar la cooperación entre empresas a nivel internacional. Otras veces, se actúa como colaboradores de organismos, tanto nacionales como internacionales, especializados en la internacionalización empresarial. ■

Para poder competir,

necesito agilizar
la gestión
de mi empresa.



Le ayudamos a conseguirlo. Día a día.

- También por Internet. Así lo hacemos ya con 120.000 empresas nacionales e internacionales. Grandes y pequeñas. Cuente desde ahora con el potencial de nuestro Servicio de Asesoramiento, Gestión y Financiación de Empresas: 24 horas al día, 365 días al año. **¿Empezamos a trabajar?**

CAJA MADRID
empresas



El comercio exterior desde el punto de vista financiero

MONEDA ÚNICA

Santander Central Hispano se halla operativamente presente en más de 60 países a través de su red internacional de sucursales, filiales y bancos participados. Más de 6.000 bancos correspondientes permiten la cobertura total de las actividades de comercio exterior, a través de su red de oficinas y los Gestores de Comercio Exterior. Entre los servicios para el exportador destacan:

- **Créditos documentarios**, tanto de importación como de exportación. Incluyen la confirmación de operaciones, tramitación de los documentos y seguimiento durante toda la vida del crédito.

- **Remesas simples y documentarias de importación y exportación**. Gestión de la tramitación, ágil, rápida y segura e información de la recepción del reembolso.

- **Eurocobro**. Gestión del cobro de "efectos simples" (letras, recibos, pagarés, etc.) girados sobre países europeos tanto en divisas como en euros, mediante sistema electrónico y sin envío de documentos físicos.

- **Emisión, negociación y tramitación inmediata de cheques**. A realizar desde cualquiera de las sucursales.

- **Transferencias internacionales**. Emisión o recepción a través de bancos correspondientes de transferencias al/del exterior en euros y divisa, utilizando los mejores y más rápidos sistemas de emisión/recepción: TARGET, SWIFT, etc.

- **GLOBAL CORPORATE**. Mediante este servicio de Banca Electrónica y puede obtener información sobre tipos de cambio de billetes y divisas, contado y plazo. También podrá realizar transferencias al exterior y acceder a información sobre sus cuentas en oficinas de entidades financieras extranjeras en tiempo real, aprovechan-



do las ventajas que ofrecen sistemas y servicios como:

- **IBOS-GSL**. Una solución multibancaria para la apertura de cuentas en cualquiera de los bancos asociados en los principales centros financieros del mundo, con servicios de Cash Pooling, información sobre cuentas y transacciones internacionales en tiempo real.

**IBOS-GSL, UNA SOLUCIÓN
MULTIBANCARIA QUE
POSIBILITA LA APERTURA DE
CUENTAS EN CUALQUIERA DE
LOS BANCOS DEL GRUPO**

- **Acuerdos SLA**. Permiten los mismos servicios que los enunciados para IBOS-GSL, con bancos fuera de la asociación IBOS.

- **Centradia**. Plataforma de Internet con el que se tendrá acceso a un mercado global que le permite disponer de información de precios y tendencias de mercado, así como la posibilidad de contratar productos y servicios para la cobertura del riesgo en el tipo de cambio, en las mejores condiciones, desde su empresa y on-line.

Productos de financiación

- **Financiación de importación**. En euros o divisas. Permite cancelar las deudas con proveedores con anterioridad, de forma simultánea o después de recibir la mercancía.

- **Financiación de exportación**. En euros o divisas. Permite anticipar el cobro de las ventas a clientes extranjeros, con tipos de interés muy atractivos y, en su caso, eliminar los riesgos de cambio.

- **Préstamos en divisas**. Posibilita tanto a empresas como a particulares, la obtención de recurso en divisas para operaciones de todo tipo.

- **Globalcomex**. Límite global de riesgo prorrogable por períodos sucesivos y disponible en euros o divisas, que permite atender todo el conjunto de operaciones financieras vinculadas con el comercio exterior.

- **Crediexport**. Podrá asegurar globalmente los riesgos políticos y comerciales en los mercados exteriores de una forma ágil y sencilla con la Póliza 100 de CESCE, a la vez que financiar las exportaciones amparadas en dicho seguro.

- **Préstamos hipotecarios en divisas**. Para particulares o empresas que deseen aprovechar el tipo de interés de alguna divisa para financiar la compra de inmuebles.



- Forfaiting. Ofrece la posibilidad de descuento sin recurso de efectos y otros documentos en divisas con pago aplazado, girados sobre España o el exterior.

- Factoring de exportación. Con él, resolverá la gestión de cobro, encontrará protección frente al riesgo de insolvencia de los compradores y podrá anticipar los importes aplazados.

- Leasing de importación. Permite importar con los beneficios fiscales del leasing.

- Crédito oficial a la exportación. Financia a medio y largo plazo las ventas de maquinaria y bienes de equipo, plantas industriales, proyectos y servicios técnicos, etc.

- Fuentes multilaterales de financiación. Le facilitamos el acceso a los diferentes programas que, desde la Unión Europea y el resto del mundo, apoyan la internacionalización de las actividades de las Pymes.

- Anticipo de documentos de exportación. En euros o divisas con garantías de Póliza de CESCE.

Productos para la cobertura del riesgo de cambio

- Cambio concertado. Para cubrir el riesgo de cambio, prefijando con el banco un cambio para comprar o vender divisa, en un plazo no superior a dos días hábiles de mercado.

- Seguro de cambio. Ante la necesidad de hacer pagos o recibir cobros aplazados en moneda diferente a la nacional, el seguro de cambio permite cubrir las fluctuaciones de tipo de cambio, además de conocer de forma anticipada el importe en euros. Este seguro también se puede hacer efectivo en operaciones no comerciales.

El BSCH OFRECE UN SERVICIO ESPECÍFICO CON PORTUGAL, CON PRODUCTOS ADECUADOS A ESTE MERCADO

- Opciones sobre divisas. Mediante el pago de una prima le permite comprar o vender un determinado importe de divisas a un cambio preestablecido y dentro de una fecha acordada, o no ejercitar este derecho.

Productos específicos

- Servicios específicos para Portugal. Con una extensa red de Oficinas, BSCH le facilita sus negocios entre España y Portugal. Se dispone de una amplia gama de productos y servicios tales como:

- Collection Account.
- IBOS-GSL.
- Cobranza de recibos y cheques.
- Confirming internacional.
- Asesoramiento e información sobre oportunidades comerciales.

- Servicios específicos con Puerto Rico. A través de Santander Overseas Bank, le ofrecemos servicios especializados para empresas importadoras y exportadoras que comercializan en el mercado estadounidense, tales como cuentas de depósito, cobro de cheques sobre bancos de Norte América, pagos por Internet a proveedores, financiación, etc. ■

Los servicios ofrecidos son únicamente para información y no tienen carácter vinculante. BSCH no es asesor de inversiones, fiscal o contable. Consulte al asesoramiento y asesoramiento fiscal.

Global Trade Management

Gestión de comercio exterior



Le acompañamos en el camino de la exportación.

Servicio integral de comercio exterior, destinado especialmente a empresas activas en la operativa de exportaciones, con un alto índice de operaciones documentarias.

GTM le libera de las tareas administrativas y de gestión, relacionadas con sus operaciones de comercio exterior para que se pueda centrar en su negocio principal.

Para cualquier aclaración no dude en contactar con nosotros en el teléfono 902 247 248.

**Performance.
Leading to results.[®]**

Deutsche Bank



CAJA ESPAÑA APUESTA POR OFRECER UN PRODUCTO ESTRELLA BASADO EN LA CALIDAD DE SU SERVICIO

El valor añadido de una caja de ahorros

DESDE CAJA ESPAÑA, SE
CONSIDERA QUE SU RASGO
DIFERENCIADOR ES EL SERVICIO
QUE SE PRESTA EN EL ÁREA DE
INTERNACIONAL Y SU PRODUCTO
ESTRELLA, UN SERVICIO DE
CALIDAD TANTO PARA
EXPORTADORES COMO PARA
IMPORTADORES. VARIAS SON
LAS ÁREAS EN LAS QUE PRESTA
SERVICIOS Y DIVERSOS LOS
ACUERDOS ALCANZADOS. EL
OBJETIVO ESTÁ CLARO: APOYAR
LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA
EMPRESA.



Caja España nace en Castilla y León de la fusión de cinco cajas regionales. Desde entonces hasta ahora, que han pasado más de diez años, la entidad financiera está presente en diez Comunidades Autónomas (Madrid, Castilla-La Mancha, Galicia, Asturias, Cantabria, La Rioja, Navarra, Aragón, Extremadura y Castilla y León), con más de 500 oficinas y más de 2.700 empleados. Unido a su presencia fuera de las fronteras nacionales, a través de Oficinas de Representación en Alemania, Benelux, Francia, Inglaterra, Suiza y Venezuela.

Cuenta con un Departamento de Internacional para apoyar la externalización de la empresa, apoyado con jor-

nadas formativas individuales y para colectivos de empresas, fundamentalmente, sobre aspectos bancarios y coberturas de riesgos derivados de la exportación.



Seguros de cambio o puntas de tesorería

Los clientes de Caja España, a través del Servicio "Caja España Comex", pueden obtener cotización y contratar Seguros de Cambio o Puntas de Tesorería.

Para los excedentes de tesorería en divisa extranjera y con miras a obtener

un rendimiento a corto plazo, las Puntas de Tesorería es el producto más adecuado. El plazo de contratación es de 2 a 31 días y el importe mínimo contratable, de 100.000 euros.



COMEX

La Línea Caja España COMEX permite realizar cualquier operación de comercio exterior: financiación de importaciones en cualquier divisa; anticipos de exportación; apertura de créditos documentarios; emisión de garantías internacionales destinadas a licitaciones, compra de mercancías o pagos anticipados; contra-

Caja España 

tación de seguros de cambio; préstamos a medio y largo plazo en divisas; seguro a la exportación y financiación de inversiones de carácter productivo en el extranjero, beneficiándose de los programas oficiales de ayuda a la internacionalización.

Mediante esta herramienta, el usuario tiene a su disposición informes comerciales de clientes o proveedores; estudios de mercado; contactos y oportunidades comerciales, así como asesoramiento y tramitación de ayudas y subvenciones comunitarias, nacionales y autonómicas.

Por otra parte, Caja España firmó un convenio con el Instituto de Crédito Oficial por el cual se ofrecen condiciones de financiación favorables para apoyar la internacionalización de la empresa española.



Transferencias internacionales

Caja España Comex ha incorporado a su catálogo la posibilidad de realizar a través de Internet, transferencias internacionales y divisas en España.

Este nuevo servicio se complementa con las herramientas de búsqueda de códigos SWIFT y cálculo del IBAN o confección de Remesas de Exportación, puestas a disposición de los clientes a través de su página web: www.cajaespana.es o de line@España, servicio telefónico automático. La potenciación

**A TRAVÉS DE LA LÍNEA
COMEX O DE LA CUENTA DE
CRÉDITO IMPORT/EXPORT, EN
UNA SOLA PÓLIZA LOS
CLIENTES OBTIENEN
FINANCIACIÓN PARA SUS
EXPORTACIONES**



Momento de la firma de uno de los acuerdos.

y modernización del servicio de Negocio Internacional a través de Internet es uno de los objetivos de Caja España para este año.



Acuerdos institucionales

La primera entidad financiera de Castilla y León, y décima en el ranking nacional, firmaba recientemente un acuerdo comercial con American Express, primer emisor mundial de cheques de viaje, para la compra y venta gratuita, en toda la red de Caja España, de los cheques de viaje American Express. Este acuerdo mejora y amplía otro anterior por el que ambas entidades colaboraron en la comercialización de cheques de viaje a jóvenes menores de 26 años y titulares de tarjetas de estudiante.

Al acto acudieron el director comercial de Caja España, Emilio Alonso, y el director de Cheques de Viaje American Express en España, Brígido Naranjo.

Este acuerdo se enmarca, en definitiva, en la voluntad de Caja España de prestar las mejores condiciones posibles a los clientes de Negocio Internacional en colaboración con empresas líderes mundiales en su sector, en este caso American Express. Este nuevo servicio favorece, además, a todos los

establecimientos que, teniendo cuenta en Caja España, acepten los cheques de viaje American Express, tanto para pagos de servicios como para adquisición de bienes. Por su parte, American Express llevará a cabo a lo largo del

**CAJA ESPAÑA Y AMERICAN
EXPRESS FIRMAN UN
ACUERDO PARA FACILITAR LA
COMPRA GRATUITA DE
CHEQUES DE VIAJE**

año varias acciones promocionales con el fin de promover la venta y fomentar el conocimiento de este tipo de cheques entre determinados colectivos, como jóvenes, empresas...

Desde el uno de marzo, la entidad ha eliminado el cobro de comisiones de los cheques de viaje American Express.

Otra novedad se refiere a la posibilidad de solicitar cheques de viaje American Express a través de Internet, que serán puestos a disposición en la sucursal que el cliente designe. ■



Amplio abanico de servicios

Los no residentes (el turismo) y el negocio internacional (comercio exterior) son unos de los principales puntos de la estrategia de Unicaja, que queda reforzada por su amplia presencia en uno de los principales núcleos turísticos de España: la Costa del Sol. Entre los aspectos diferenciadores y relevantes que conforman su oferta con los no residentes figuran:

- Disponer de un propio y especializado Departamento de Internacional, desde el que se da atención telefónica a clientes en 4 idiomas (inglés, francés, alemán e italiano), en el teléfono gratuito: 900 151 948, así como respuesta a correspondencia electrónica en la dirección: international@unicaja.es

- Página web de Unicaja en español, inglés y alemán, www.unicaja.es.

- Banca electrónica a distancia (Univía), traducida a dos idiomas, con posibilidad de ejecutar transferencias on line, tanto nacionales como internacionales, y otras facilidades como la consulta del estado de la transferencia, solicitud de su anulación y registro de las mismas.

- La Cuenta Europa, que consiste en

tener dos cuentas gemelas: una en España y la otra en Alemania (en una de las 28 Cajas de Ahorros con las que Unicaja mantiene acuerdos) o en Gran Bretaña (en Lloyds TSB Bank).

- Organización de jornadas y eventos de atención e información sobre temas de interés para los turistas residentes, como los aspectos fiscales e inmobiliarios.

Además, en el área internacional destacan los servicios de transferencias, remesas, financiaciones, créditos documentarios, cambio de divisas y seguros de cambio. Asimismo, dentro de los acuerdos de cooperación mencionados con las Cajas alemanas y el banco británico Lloyds Bank, se distinguen:

- La Cuenta de Exportador, para las pequeñas y medianas empresas que permite centralizar los pagos a los exportadores por parte de sus proveedores, optimizando los costes de transferencia.

- Información, asesoramiento y asistencia en los proyectos de implantación de filiales y de compra de empresas en el país de la entidad colaboradora.

- Contactos con Cámaras de Comercio, organismos de promoción y desarrollo y



Felipe Faraguna, director de Internacional de Unicaja.

asesores comerciales.

- Representación fiscal y gestión de filiales a través de Euro-Sofac.

- Asesoramiento y aseguramiento integral a las empresas, en virtud de los acuerdos firmados, respectivamente, con la consultora AFI (Analistas Financieros Internacionales) y la aseguradora especializada en comercio exterior, CESCE. ■



Un banco universal

A finales de 1997, surge el Banco Urquijo como parte del Grupo KBL-KBC -banco universal líder en Bélgica y Luxemburgo, así como en Europa Central y del Este, con presencia en Asia, Estados Unidos y Europa- momento a partir del cual empieza a operar en España, ofreciendo a los clientes una nueva visión de los mercados internacionales.

Hace unos años, KBC instala el Network Desk en Banco Urquijo, un programa que, entre sus objetivos, contiene el de asistir a las empresas españolas en sus necesidades

financieras y bancarias en Europa Central (Polonia, Lituania, Ucrania, Chequia, Eslovaquia, Hungría, Eslovenia, Serbia y Macedonia), mediante su amplia red de oficinas (unas 400 en cada país).

De esta manera, la alta especialización de la entidad en comercio exterior, permite que las empresas dispongan de una adecuada financiación y la mejor cobertura de sus riesgos, así como el asesoramiento técnico de un equipo de especialistas. En definitiva, el cliente español se convierte en cliente de toda la red de oficinas del Grupo y

cuenta con un Director de Cuentas que le asesora en la búsqueda de las mejores soluciones.

KBC da un tratamiento individualizado para obtener la mayor información del país en el que se quiere invertir, sin desplazarse de España, pero en contacto con profesionales en otros mercados. De esta manera, KBC España se convierte, a través del Banco Urquijo, en un banco universal, al poder ofrecer a las entidades pertenecientes al grupo, todos los productos de que dispone, de manera rápida y efectiva. ■



Grupo Banco Popular, experiencia, cercanía y rapidez

En el Grupo Banco Popular (Banco Popular Español, Banco de Andalucía, Banco de Castilla, Banco de Galicia, Banco de Vasconia, Banco de Crédito Balear) siempre ha sido un objetivo primordial asesorar y colaborar en la gestión del negocio internacional de nuestros clientes. Nos gusta estar al lado de las empresas, progresando con ellas, y poniendo a su servicio nuestra experiencia, adquirida a lo largo de 77 años en las más diversas circunstancias y en muy distintos lugares del mundo.

En los últimos años estamos asistiendo a un curioso proceso de "comoditización" de los productos bancarios para las empresas importadoras y exportadoras. Hasta hace poco tiempo, la emisión de una transferencia internacional o de un crédito documentario en tiempo real eran servicios que no todas las entidades podían prestar a sus clientes. Tampoco la financiación multidivisa o la gestión de cobro electrónica internacional. Esto suponía una importante ventaja competitiva para las entidades que sí estábamos en disposición de ofrecerlos.

Hoy en día, prácticamente todos los servicios relacionados con los medios de pago internacionales son ofrecidos por cualquier entidad, independientemente de su tamaño o de su personalidad jurídica; se han convertido en commodities, productos que, a los ojos del cliente sólo se diferencian entre sí por su precio (en forma de tipo de interés o de comisiones).

A la vista de este proceso, en el Grupo Banco Popular tratamos de hacer hincapié en ofrecer valor añadido a nuestros clientes, principalmente mediante el asesoramiento y la cercanía a la empresa. Esto implica, en primer lugar, una total descentralización: cualquiera de nuestras 2.150 sucursales está en disposición de realizar cualquier operación de comercio exterior que le sea solicitada por un cliente.

En segundo lugar, supone un importante esfuerzo de formación: cada sucursal cuenta con un experto en negocio internacional que asesora a los clientes acerca de los mejores medios de pago a utilizar y el sistema de finan-



El Grupo Banco Popular ofrece a sus clientes exportadores e importadores un "traje a medida"

ciación más adecuado en cada caso, lo que sólo es posible conociendo al cliente a fondo, gracias a la cercanía e inmediatez del contacto diario.

Nuestra experiencia y conocimiento del mercado en los países de Europa Central y Oriental es uno de los servicios más valorados por nuestros clientes. El acuerdo de colaboración con Hypovereinsbank y Bank Austria Creditanstalt nos permite poner a su disposi-

**NUESTRA EXPERIENCIA Y CONOCIMIENTO
DEL MERCADO EN LOS PAÍSES DE EUROPA
CENTRAL Y ORIENTAL ES UNO DE LOS
SERVICIOS MÁS VALORADOS POR
NUESTROS CLIENTES.**

ción 1.000 sucursales en el área emergente más dinámica de los últimos años, con servicios exclusivos: cuentas concentradoras para exportadores, financiación de las inversiones (en euros o en divisa local), servicios de banca local con atención en castellano, etc. Los catorce años de experiencia en la zona y el apoyo de uno de los principales grupos bancarios de Europa convierten a este servicio en único en su género en España.

También en los últimos años asistimos a un

importante proceso de "multinacionalización" de las pymes españolas, impensable hace sólo unos años. Nuestras pymes están vendiendo en los cinco continentes, estableciendo filiales comerciales en un número creciente de países, e incluso fabricando en el extranjero. Las multinacionales españolas ya no son sólo Telefónica, Repsol y Endesa, sino también empresas de 15 millones de euros de facturación anual.

Europa se ha convertido en un mercado doméstico más, y los servicios que demandan los clientes son cada día más sofisticados: apertura de cuentas en diferentes países, gestión centralizada de la tesorería desde la matriz española, etc. "Europa Servicio Global" es la respuesta del Grupo Banco Popular a estas necesidades: un servicio exclusivo para facilitar a las pequeñas multinacionales españolas los cobros de sus ventas en Europa.

En conclusión, frente a las ofertas que simplemente tratan de diferenciarse por el precio, en el Grupo Banco Popular ofrecemos a nuestros clientes exportadores e importadores un "traje a medida": servicios exclusivos, basados en el asesoramiento personalizado y el conocimiento profundo de las necesidades concretas de cada cliente. ■

Víctor Beser
*Director de Comercio Exterior
Grupo Banco Popular Español*

Línea de financiación para la internacionalización de la empresa española

La Línea para la Internacionalización del Instituto de Crédito Oficial (ICO) fue puesta en marcha en junio de 2002 procediéndose en marzo de 2003 a su renovación. Su objetivo básico es el de facilitar financiación a las empresas españolas en condiciones preferentes para el desarrollo de proyectos de inversión en el exterior.

Los recursos que se ponen a disposición de las mismas alcanzan la cifra de 150 millones de euros. El sujeto pasivo que puede acceder a estos recursos son las pequeñas y medianas empresas, con un máximo de 500 trabajadores y que cumplan una serie de requisitos.

Por lo que se refiere a los proyectos financierables, ICO destina hasta un 70% del proyecto de inversión neto a realizar en:

- Un nuevo proyecto de inversión materializado en activos nuevos productivos.

- Ampliación de una inversión ya existente materializada en activos nuevos productivos.

- Una participación en empresas en el exterior, siempre y cuando influya en la gestión, sea al menos de un 20% del capital suscrito y desembolsado por un inver-

sor español y tenga carácter duradero, con un mínimo igual a la vida del préstamo.

En cuanto a las inversiones financierables hablamos de:

- Si el proyecto presenta una inversión inmobiliaria, ésta no puede ser superior al 80% del importe total de la inversión a financiar.

- Si el proyecto incluye un inversión inmaterial, ésta no podrá ser superior al 50% del total de la inversión.

- Se admite hasta un 20% de activo circulante, si éste se encuentra ligado a la inversión.

- Las partidas del activo material no están sujetas a limitación.

Desde junio de 2002 hasta 25 de abril de 2003 se han formalizado 50 operaciones de préstamos por importe de 32.938.533,89 euros, que han permitido financiar inversiones por importe de 65.206.556,75 euros. Entre otros, destacan la partida de productos agrícolas con una cuota del 0,17%; Agricultura, pesca y servicios con el 10,38%; Hilado de fibras textiles, 5,57%; Fabricación de calzado, 3,64%; Productos químicos básicos con 1,45%, etc. ■



El grupo Coface cuenta ya con más de 50 años de experiencia en el sector de los intercambios comerciales entre empresas de todo el mundo y, hoy en día, posee una fuerte presencia internacional. Proporciona a las empresas productos y servicios relativos al seguro de crédito, con el objetivo de facilitar el comercio internacional. Gracias a Coface, las empresas tienen la posibilidad de subcontratar la gestión y recobro de toda o parte de su facturación, sin necesidad de perder el control sobre sus decisiones comerciales.

El seguro de crédito, tanto en exportación como doméstico, constituye el producto central del Grupo. Este instrumento permite a las empresas y a las instituciones financieras obtener una fuerte protección frente al riesgo de impago. El dominio de sofisticados análisis financieros y de técnicas de gestión de datos es la clave del éxito en el seguro de crédito, así como la presentación de un servicio global.

Desde el año 2000, las empresas cuentan con una nueva herramienta para afrontar los riesgos a la hora de invertir en otros países: la calificación @rating para países.

La calificación @rating para países mide el nivel medio de riesgo de impago presentado por las empresas de un país. Mide, en definitiva, en qué medida el compromiso financiero de una empresa está influenciado por las perspectivas económicas, financieras y políticas de su país. Sin embargo, los operadores del comercio internacional tienen presente que puede haber buenas empresas en países malos y viceversa, y que el riesgo global depende tanto de las características particulares de la empresa, como de las del país en el que opera. En resumen, esta apreciación global del riesgo, es la que se pretende dejar clara a través de esta herramienta.

OPERACIONES de FINANCIACIÓN en el PERÍODO 2002 - 2005

Comunidad autónoma	nº. Operac	Inversión (euros)	préstamo (euros)	%
Aragón	8	8.469.538,47	3.665.000,00	11,12%
Asturias	1	511.000,00	357.700,00	1,08%
Castilla la Mancha	1	83.447,00	58.412,00	0,17%
Castilla y León	2	61.118,00	42.782,00	0,12%
Cataluña	8	14.829.646,37	7.444.752,40	22,60%
Comunidad Valenciana	9	13.442.774,51	7.083.020,16	21,50%
Galicia	3	8.956.459,35	3.879.521,24	11,77%
La Rioja	1	730.000,00	510.000,00	1,54%
Madrid	4	2.549.630,81	1.740.751,61	5,28%
Pais Vasco	6	7.506.778,59	3.657.105,00	11,10%
Región de Murcia	2	961.799,75	519.000,00	1,57%
Otros(extranjero)	5	7.104.363,90	3.980.489,48	12,08%
Totales	50	65.206.556,75	32.938.533,89	100,00%



Metodología de calificación @rating para países

Coface realiza un seguimiento exhaustivo de 140 países, a través de una serie de indicadores individuales, que permiten apreciar todos aquellos factores que puedan suponer un riesgo para el inversor, tales como, por ejemplo, los factores políticos, la posibilidad de una devaluación repentina seguida de fuertes retiradas de capital, el riesgo de divisas a corto plazo, etc. Posteriormente, y de acuerdo a esos datos, se asigna una calificación a cada uno de esos 140 países y se clasifican en siete categorías de riesgos. Tal y como se hace en las agencias de rating, existen 7 calificaciones distintas, desde A1 hasta A4 para calificar el riesgo de la inversión y B, C y D para calificar el riesgo especulativo.

Definición de las calificaciones país @rating

A1. Indica la situación política y económica muy estable. Influye favorablemente en un comportamiento de pago de las empresas generalmente bueno. La probabilidad de impago es muy baja.

A2. La probabilidad de impago sigue siendo poca, pero el comportamiento de pago de las empresas no es tan bueno.

A3. La probabilidad de impago continúa siendo baja pero podría verse modificada por algún cambio en el entorno político o económico del país.

A4. El deterioro del entorno político o

Calificaciones país @rating			
	ene-01	ene-02	ene-03
Francia	A1	A1	A1(-)
Alemania	A1	A1	A2
Reino Unido	A1	A1	A1(-)
Portugal	A1	A1	A2
Italia	A2	A2	A2
Estados Unidos	A1	A2	A2
Países Bajos	A1	A1	A1
México	A4	A4	A4
Marruecos	A4	A4	A4
Grecia	A2	A2	A2(+)
Turquía	B	C	C
Suiza	A1	A1	A1
Polonia	A3(-)	A4	A4(-)
China	A3	A3	A3
Suecia	A1	A1	A1

(-) con implicaciones negativas
(+) con implicaciones positivas

económico de un país podría afectar al comportamiento de pago, sin embargo, el número de impagados que generase este cambio seguiría siendo aceptable.

B. Un entorno económico y político inseguro podría afectar al comportamiento de pago de las empresas que, a menudo, es bastante mediocre.

C. El entorno político y económico de un país muy incierto, podría deteriorar un comportamiento de pago que, con frecuencia es bastante malo.

D. El comportamiento de pago es generalmente pésimo y el entorno político y económico es un riesgo muy alto para agravar este comportamiento. ■

La primera y única empresa internacional operando con licencia en España

Madrid: Pº de la Castellana, 77. 28046 Madrid. Tel. 91 417 77 67
Barcelona: Balmes, 7. 08007 Barcelona. Tel. 93 301 83 72
Bilbao: Alameda de Urquijo, 52. 48011 Bilbao. Tel. 94 439 60 61

EH **EULER HERMES**
Crédito

DÉJESE GUIAR POR EL LÍDER

El Riesgo de Impago Internacional en la

Cuando en el año 2001 comenzaron a notarse los primeros síntomas de disminución de la actividad económica, opiniones autorizadas estimaron que el año 2003 sería el de la recuperación. Pues bien, en estos momentos las economías occidentales se enfrentan a una seria crisis internacional, agravada por enormes incertidumbres tanto políticas como económicas.

Acontecimientos de una evidente importancia: la guerra con Irak, la crisis financiera en Latinoamérica, encarecimiento del precio del petróleo, se unen a una ausencia de signos de recuperación en la

economía mundial. La globalización nos lleva a una interdependencia económica. Las tres áreas económicas más importantes: USA, UE y Japón presentan claras disminuciones en el consumo privado. No podía ser de otra manera, visto el endeudamiento de las familias, su disminución de riqueza originada por la caída de la bolsa y la inseguridad laboral que las reducciones de plantilla representan.

El acceso a la información que ha provocado el desarrollo tecnológico no se ha visto confirmado por la calidad de la misma. Los recientes escándalos en la

gestión de grandes empresas han minado la confianza de los inversores y de las propias instituciones.

El comercio internacional lleva siempre implícito el riesgo de impago. Este riesgo depende de la coyuntura económica y de la situación individual de cada empresa. El Grupo Gerling NCM, con una cuota de mercado del 25% en la cobertura crediticia por suministro de bienes y servicios, evalúa y analiza la solvencia de los compradores finales. Estos análisis dentro de la Unión Europea nos permiten extraer las siguientes conclusiones:

Conclusiones sobre solvencia

- 1) Claro deterioro de la actividad económica y del aumento del riesgo de impago en todos los países.
- 2) Este empeoramiento se refleja por igual en todos los sectores de la actividad económica, si bien el deterioro de la industria es más significativo que el del comercio.
- 3) El riesgo de impago se materializa en el aumento del número de insolvencias en los 15 países de la UE, afectando tanto a pequeñas como a grandes empresas. Esta tendencia creciente creemos que se mantendrá durante todo el año.
- 4) El consumo privado como fuerza impulsora del crecimiento económico se ha debilitado en la UE y Norteamérica. Ni las exportaciones, ni la inversión empresarial presentan expectativas positivas. Este incierto cuadro macroeconómico
- 5) esconde síntomas claros de recesión económica.
- 6) El tipo de cambio de la divisa europea, claramente alcista frente al yen y al dólar en 2003, dificulta las exportaciones y deprecia los activos de las empresas europeas localizadas fuera del ámbito de la UE.
- 7) La recuperación económica, siempre basada en expectativas, está claramente amenazada por la incertidumbre política. Las inversiones empresariales están paralizadas por la escasa recuperación de la demanda internacional y la caída en la valoración de las empresas. La tensión política de los últimos meses, culminada con la guerra de Irak y la división de la comunidad internacional, reduce enormemente la posibilidad de cambio de ciclo económico en el año 2003.

España

	2000	2001	2002
PIB (%)	4,1	2,8	2,0
Demanda int. (%)	4,2	2,8	2,1
Inversiones (%)	5,7	2,5	1,9
Insolv. (Nº)	545	550	610
(6 meses)			

Como el resto de los países europeos, España necesita una reactivación internacional para poder recuperar el crecimiento económico. La disminución en las tasas de crecimiento de la inversión y del consumo están provocando una clara desaceleración en el PIB. Las dificultades financieras en las empresas han aumentado considerablemente por la crisis latinoamericana, la falta de expectativas y la caída del sector exterior. La construcción mantiene tasas de crecimiento importantes, si bien el aumento de precios del sector parece insostenible en el medio plazo, creándose las condiciones para una posible burbuja inmobiliaria.

ria. La caída de los tipos de interés beneficia claramente la financiación empresarial aunque una restricción del crédito tendría consecuencias muy negativas en la economía.

La siniestralidad está estabilizada con ligero aumento en 2002, aunque las cifras hay que evaluarlas correctamente al ser España un país en el que la morosidad empresarial es más significativa que las insolvencias.

Alemania

	2000	2001	2002
PIB (%)	3,0	0,6	0,7
Demanda int. (%)	2,0	-1,0	0,2
Inversiones (%)	2,3	-4,8	-2,3
Insolv. (Nº)	13.500	15.022	18.530
(6 meses)			

No hay duda que el país más importante económicamente de la UE se encuentra al borde de la recesión con tasas negativas de inversión en los últimos 2 años. El

déficit presupuestario supera el 3% incumpliendo el Pacto de Estabilidad.

El constante crecimiento de las insolvencias empresariales está claramente justificado por el sombrío panorama económico de la en otro tiempo locomotora europea.

Austria

	2000	2001	2002
PIB (%)	3,0	1,0	1,2
Demanda int. (%)	2,4	0,1	0,7
Inversiones (%)	5,1	-1,5	0,3
Insolv.(Nº)	2.776	2.600	2.750
(6 meses)			

Como país exportador, Austria sufre la falta de dinamismo de la economía alemana y de los países del este de Europa.

Mantiene un ligero crecimiento económico y estabilizadas las insolvencias.



y el Comercio

U.E.



GERLING NCM

Consumo
Hardware

2001
-3,9%
+19,8%
-21,5%

Javier Márquez de Prado
Director General,
GERLING NCM,
es miembro del Consejo
Editorial de Moneda Única



Análisis individual de los
15 países de la Unión Europea

Bélgica

	2000	2001	2002
PIB (%)	4,0	1,1	1,1
Demanda int. (%)	3,8	0,4	1,5
Inversiones (%)	2,6	0,3	0,7
Insolv. (Nº)	2.670	3.478	3.741
(6 meses)			

A pesar de la mejora de la demanda y la recuperación de la inversión, el crecimiento económico sigue siendo modesto, el 1%. La siniestralidad empresarial creció un 10% en 2002.

Dinamarca

	2000	2001	2002
PIB (%)	3,0	0,9	1,9
Demanda int. (%)	2,6	1,1	1,6
Inversiones (%)	10,7	0,0	2,8
Insolv. (Nº)	842	1.094	1.306
(6 meses)			

La situación económica no justifica el significativo aumento de las insolvencias. En el actual entorno económico, Dinamarca sólo puede apoyarse en su demanda interna, claramente insuficiente para generar un crecimiento sostenido.

Finlandia

	2000	2001	2002
PIB (%)	5,6	0,7	1,5
Demanda int. (%)	3,6	0,7	1,4
Inversiones (%)	4,8	2,1	-1,1
Insolv. (Nº)	1.997	1.600	1.820
(6 meses)			

Con un crecimiento negativo de la inversión en 2002, el componente de consumo es el impulsor del crecimiento económico frente al deterioro del componente industrial. El número de insolvencias declaradas ha disminuido en relación al año 2000.

Francia

	2000	2001	2002
PIB (%)	3,6	2,0	1,4
Demanda int. (%)	3,9	1,7	1,6
Inversiones (%)	6,2	2,8	-0,1
Insolv. (Nº)	19.589	17.203	22.979
(6 meses)			

Claro deterioro de la situación económica francesa hasta alcanzar una tasa de inversión negativa y con enormes dificultades para cumplir el Pacto de Estabilidad.

La situación económica se refleja en el considerable aumento de la siniestralidad empresarial en el año 2002.

Grecia

	2000	2001	2002
PIB (%)	4,1	4,1	3,5
Demanda int. (%)	4,1	3,8	3,5
Inversiones (%)	7,8	7,4	8,0
Insolv. (Nº)	815	850	883
(6 meses)			

El país mantiene un enviable crecimiento económico cimentado en la inversión productiva. El número de insolvencias se mantiene pequeño reflejando una buena situación empresarial.

Irlanda

	2000	2001	2002
PIB (%)	11,5	6,6	3,5
Demanda int. (%)	9,2	4,1	2,6
Inversiones (%)	7,3	1,1	-2,7
Insolv. (Nº)	353	365	381
(6 meses)			

Sin duda el campeón de la Unión Europea en los últimos años. La disminución del crecimiento del 11,5 al 3,5 se refleja en un ligero aumento de la siniestralidad empresarial por número de insolvencias.

Italia

	2000	2001	2002
PIB (%)	2,9	1,8	1,5
Demanda int. (%)	2,1	1,6	1,3
Inversiones (%)	6,5	2,4	1,5
Insolv. (Nº)	7.231	7.610	8.086
(6 meses)			

La caída de la producción industrial y de las inversiones deteriora enormemente el crecimiento económico italiano. Italia es otro país con dificultades para cumplir el Pacto de Estabilidad.

Las insolvencias empresariales mantienen una tendencia creciente en un entorno complicado.

Luxemburgo

	2000	2001	2002
PIB (%)	7,5	5,1	2,7
Demanda int. (%)	1,9	4,6	2,2
Inversiones (%)	-3,0	5,9	-1,0
Insolv. (Nº)	259	357	412
(6 meses)			

La economía luxemburguesa depende en gran medida de sus vecinos alemanes. Una mejora, actualmente, no es previsible si no repunta la situación internacional. La siniestralidad empresarial sigue creciendo.

Holanda

	2000	2001	2002
PIB (%)	3,5	1,1	1,0
Demanda int. (%)	3,1	1,1	1,7
Inversiones (%)	3,8	-1,1	-0,5
Insolv. (Nº)	1.640	2.051	2.381
(6 meses)			

La debilidad de las exportaciones y de las inversiones empresariales está lastrando el crecimiento económico.

El aumento de la siniestralidad empresarial es constante y preocupante.

Portugal

	2000	2001	2002
PIB (%)	3,4	1,9	1,7
Demanda int. (%)	3,0	1,0	1,7
Inversiones (%)	5,3	0,6	2,9
Insolv. (Nº)	155	165	198
(6 meses)			

Se aprecia una importante caída de la actividad industrial en los dos últimos años que deteriora enormemente las posibilidades de crecimiento y dificulta el cumplimiento del Plan de Estabilidad.

Suecia

	2000	2001	2002
PIB (%)	3,6	1,2	2,1
Demanda Int. (%)	3,8	0,2	1,6
Inversiones (%)	5,0	1,5	-0,4
Insolv. (Nº)	3.744	4.143	4.215
(6 meses)			

La recuperación económica del año pasado fue debida al consumo interno. La caída de la inversión puede poner en peligro el futuro crecimiento económico sueco.

Las insolvencias empresariales mantienen una continua senda alcista.

Reino Unido

	2000	2001	2002
PIB (%)	3,0	2,2	1,9
Demanda int. (%)	3,6	2,8	2,5
Inversiones (%)	3,9	0,1	-0,2
Insolv. (Nº)	22.376	22.550	24.490
(6 meses)			

El crecimiento británico está basado en un fuerte consumo doméstico que compensa la caída de la inversión. El superávit presupuestario les permite aumentar el gasto público para compensar la débil demanda internacional.

Las insolvencias empresariales estabilizadas en los años 2000 y 2001 han crecido considerablemente en 2002.

Datos: OCDE y fuentes propias.

seguros de crédito

Euler Hermes es líder mundial del seguro de crédito

Euler Hermes es el líder mundial en seguro de crédito, pertenece al Grupo Allianz y representa el 37% del mercado mundial del seguro de crédito. Inició su implantación en España a comienzos de 1996 y, en este periodo, ha desarrollado un profundo conocimiento del mercado español y de sus necesidades. Se dirige tanto a grandes grupos internacionales como a pequeñas y medianas empresas, ofreciendo soluciones innovadoras en prevención y selección de riesgos, gestión de recobro e indemnización. El pasado año, obtuvo la licencia para operar en España, convirtiéndose en la primera y única empresa internacional que la ha conseguido.

El Grupo surgió tras la adquisición de HERMES (Allianz) por parte de EULER (AGF), aprobada en la Junta de Accionistas del 17 de abril de 2002. Esta nueva empresa ha desarrollado un negocio internacional altamente eficiente y coordinado: la compañía cuenta con más de 6.000 trabajadores repartidos en 35 países, lo que la dota de filiales líderes en los mercados locales más importantes del mundo: Estados Unidos, Canadá, Francia, Reino Unido, Italia, Bélgica y Holanda. Emite 14.000 clasificaciones al día y cubre riesgos en más de 160 países de los cinco continentes.

Con ventas de 1.536 millones de euros, Euler Hermes está posicionado de modo único en los mercados de Seguro de Crédito, Factoring y Caucción. La oferta de productos, la expansión geográfica y las experiencias de ambas compañías son complementarias, lo cual permite a Euler Hermes mantener la posición de líder en la mayoría de los mercados desarrollados y emergentes en Europa, América del Norte, así como en países en alto crecimiento de Asia y el sur América.



Un buen conocimiento del mercado español de seguro de crédito

Su actual equipo en España ofrece un servicio local y una información puntual, dando una amplia cobertura a las empresas para que puedan desarrollar su programa de expansión tanto en el mercado doméstico como en la exportación, orientándoles hacia los clientes de mayor solvencia. Euler Hermes Crédito cuenta ya con oficinas en Madrid, Barcelona y Bilbao. Cuenta además con la ventaja de ser líder en los principales mercados de destino de las exportaciones españolas, y tiene por tanto la capacidad de optimizar el valor de los servicios ofrecidos a los exportadores españoles.

Asimismo, está calificada con el rating más alto otorgado a una compañía de seguros (rating A+ de Standard & Poor's) que refleja la capacidad del Grupo para cumplir con sus obligaciones financieras a corto y a largo plazo.

Una nueva identidad única expresa los valores comunes del Grupo

Tras diez años de estrecha colaboración, las compañías de seguros de crédito Euler y Hermes se unen en un mismo grupo en 2002. Hoy, cada una de las filiales se beneficia de la experiencia, información y del soporte del Grupo. La nueva identidad permitirá el reconocimiento de un grupo con valores y experiencia homogéneos en todo el mundo.

El nombre: Euler Hermes. Un solo nombre para un grupo con una ambi-



Pascal Personne, consejero delegado de Euler Hermes Crédito, es miembro del Consejo Editorial de Moneda Única.

ción y un proyecto comunes, que será adaptado por cada una de las filiales del Grupo. En España, EULER Crédito se convierte así en Euler Hermes Crédito

El logo: combinación de las iniciales de los dos grupos con el signo "+". E+H. Es símbolo de la unión de los dos líderes mundiales EULER y HERMES y acentúa nuestro papel de guía y acelerador del crecimiento económico de las empresas. Más internacional, más servicios, más asesoramiento, el signo + simboliza con fuerza la nueva apuesta de Euler Hermes así como la calidad de sus productos y servicios.

La identidad visual es revisada en su conjunto para expresar las características comunes de modernidad, dinamismo y eficacia. Será declinada en el conjunto de los documentos institucionales y comerciales, la página web, www.eulerhermes.com. ■

Gestionar las exportaciones de una forma segura

La internacionalización de la empresa, es un proceso que conlleva la necesidad de analizar los elementos de riesgo derivados de las operaciones de exportación o inversiones en el exterior (riesgos comerciales, políticos, extraordinarios y de cambio) y establecer un procedimiento de gestión interno por parte de la empresa.

Para llevar a cabo dicha internacionalización, las empresas necesitan establecer una estrategia que les permita gestionar con garantías los aspectos internos y externos que suscitan las operaciones internacionales.

Desde un punto de vista externo, la empresa debe examinar y evaluar la calidad de riesgo de sus clientes acudiendo a las fuentes de información que tiene a su alcance: informes comerciales y bancarios, informes de la competencia o de empresas del sector e informes procedentes de organismos públicos.

Asimismo, junto al análisis del riesgo comercial del cliente, la empresa debe contemplar si la operación está sujeta, por un lado, a riesgo político, relativo a la insolvencia del país del importador y por otro lado, a riesgo bancario derivado de la escasa o nula solvencia que ofrece el banco del importador al no tratarse de un banco de primera línea. Finalmente, en caso de que la operación se efectúe en divisas, la empresa debe determinar la estrategia a seguir en materia de riesgo de cambio.

Una vez hecho esto, la empresa puede establecer una clasificación-calificación de sus clientes (credit scoring), a partir de la cual determinará los criterios a aplicar a cada tipología de cliente.

Por otro lado, a nivel interno, la empresa debe tener en cuenta una serie de elementos que pueden facilitar y optimizar la gestión de sus operaciones internacionales, evitando así posibles incidencias.

En este sentido, es importante para la empresa contar con un procedimiento de gestión interno basado en tres pilares: coordinación interdepartamental, unificación de criterios, y preparación de las operaciones.

En primer lugar, la empresa debe llevar a cabo la implantación de un sistema de coordinación entre los departamentos comercial



Sergio Pérez (sperez@aditio.es), gerente Área Internacional Aditio Consultores, ofreció una ponencia en el IV Foro de Internacionalización de la Empresa Murciana.

y financiero, que permita reducir e incluso eliminar posibles incidencias. Para ello, se pueden utilizar diversas estrategias como, por ejemplo, definir los interlocutores de cada departamento y sus funciones, establecer talleres de trabajo periódicos sobre casos reales de la empresa en los que se propongan soluciones a incidencias producidas en los mismos, etc. De esta forma, además de mejorar a nivel operativo, la empresa consigue a su vez un efecto de socialización.

En segundo lugar, es importante establecer una unificación de criterios por tipología de cliente, que recoja el medio de pago a utilizar, las garantías a aportar por el importador, los plazos de pago concedidos por la empresa, un sistema de credit management que permita gestionar el cobro de las operaciones, sobre todo, en el caso de aplazamiento de pago, etc.

Finalmente, tras haber establecido una óptima coordinación interdepartamental y unificación de los criterios que deben regir este tipo de operaciones, la empresa puede preparar sus operaciones con mayores garantías de éxito, ofreciendo unas condiciones comerciales y financieras definidas internamente. De esta forma, la empresa

mejorará su imagen frente a los clientes, proveedores y la competencia, verá reducida la relación de impagados y mejorará en el control de sus operaciones mediante la estandarización de los procedimientos.

Para llevar a cabo este proceso, es muy importante que las empresas conozcan y tengan en cuenta la existencia de diferentes fuentes de apoyo y asesoramiento, tanto a nivel público como privado, para este tipo de operaciones. En este sentido, pueden acudir a consultoras especializadas en comercio internacional como ADITIO-CONSULTORES. Nuestro Servicio Integral de Consultoría y Asesoría Internacional engloba todos aquellos aspectos relacionados con el comercio internacional: apertura de nuevos mercados, asesoramiento integral para el inicio de la actividad exportadora, gestión del riesgo de cambio y operativa en divisas, optimización de los medios de pago, construcción, arranque y gestión operativa con filiales, identificación y solicitud de ayudas y subvenciones a la exportación, tratamiento de los riesgos existentes en las operaciones internacionales, contratación internacional, etc. ■



ADITIO CONSULTORES

¿Es caótica la situación en Latinoamérica?

El actual pesimismo sobre Latinoamérica es exagerado y no considera el progreso de la gestión económica llevada a cabo durante la pasada década, lo que trae buenos presagios para las expectativas de mercado y crecimiento a largo plazo.

Los fundamentos son distintos y más positivos. Si este pesimismo se disipa, como esperamos, los mercados se revalorizarán. El curso del riesgo soberano se extiende y el coste del capital de las compañías latinoamericanas serán importantes catalizadores para la esperada revaluación del mercado.

Demasiado pesimismo

El predominante pesimismo sobre Latinoamérica se puede atribuir a dos factores: primero, la opinión sostenida por algunos de que esos índices de crecimiento económico en Latinoamérica continuarán bajando frente a otras zonas emergentes, como Asia. En segundo lugar, los actuales sucesos/acontecimientos han contribuido a este pesimismo, como el incumplimiento de la deuda de

la tercera mayor economía regional (Argentina), del crecimiento débil y las dificultades en las reformas en la segunda (Méjico) y la incertidumbre política y económica de la mayor (Brasil), unida al caos político que se vive en Venezuela.

La conclusión es que las expectativas de crecimiento y estabilidad política en estas regiones son escasas. Encontramos situaciones análogas en la década de los 80 cuando la crisis de la deuda redujo el crecimiento económico y significó la caída del nivel de vida para muchos países de la región. Nosotros pensamos que este pesimismo es exagerado y aunque es cierto que las estructuras son vulnerables en Latinoamérica, estas pueden ser abordadas con una política efectiva.

Sin embargo, es mejor comenzar refutando la proposición de que el actual crecimiento del déficit entre Latinoamérica y otras regiones emergentes debe significar que la ganancia de las inversiones será consecuentemente más baja. Esto es muy fácil de refutar: los años 90 han demostrado ampliamente que los índices de crecimiento del PIB están mal correla-



James Gotto, gestor de SISF Latin American Fund



cionados con las ganancias del mercado en las economías emergentes. Los mercados latinoamericanos han dado mayores beneficios que la emergente Asia por un significante margen en los 90.

Así, los índices latinos de crecimiento económico en el periodo 1990-2002 fueron menos de la mitad que en Asia. Incluso después de un aumento de la ventaja de crecimiento respecto a Asia, tras el fin de su crisis en el periodo 1990-2002 (6% contra el 1% de crecimiento del PIB, aproximadamente), los mercados latinoamericanos han seguido una trayectoria similar a Asia. Solo parte de ese margen de beneficios se rindió a lo largo de 2002, a pesar del colapso del peso argentino, la segunda y mayor devaluación del real brasileño y el más reciente ajuste a la baja del peso mexicano. ■

Japón nada a contracorriente

En un principio, y tras el inicio de la guerra en Irak, los mercados desconocieron una rápida victoria de los ejércitos estadounidense y británico lo que empujó a los índices al alza. Posteriormente, la resistencia mostrada por las fuerzas iraquíes hizo que las expectativas anteriores se moderasen y las Bolsas corrigieron parte de lo ganado previamente. En Japón hubo también otros focos de interés, como la sustitución del gobernador del Banco Central, nuevos récords mínimos de rentabilidad de los bonos públicos a 10 años (0,70%) y a 20 años (1,135%) y continuación de la mejora de los datos macroeconómicos publicados (balanza comercial, ventas minoristas, gasto de los hogares asalariados, desempleo...).

La bolsa japonesa, como ya lo hiciera al comenzar el año, no ha seguido la corriente de los principales mercados internaciona-

les. Mientras que estos obtenían jugosas ganancias debido al acercamiento del conflicto a Bagdad, los inversores en Japón obtenían pérdidas moderadas. Japón es diferente...

El 31 de marzo, fin del año fiscal, aunó varios factores negativos como el pesimismo entre las exportadoras tras los pobres datos de confianza de los consumidores en Estados Unidos y la producción industrial de febrero, peor a la esperada, así como los inicios y pedidos de construcción, que provocaron una caída muy importante. Así pues, no resulta extraño que la renta fija continúe con su senda de apreciación enviando las rentabilidades a 10 y 20 años a mínimos históricos (0,69% y 1,11% respectivamente). De hecho, esta circunstancia se repetiría sucesivamente hasta el jueves, estableciendo nuevos récords en el 0,66% a 10 años y en el 1,035% a 20 años.

Durante la primera semana de abril se observó una ligera mejoría, fruto de las especulaciones sobre la posibilidad de que los fondos de pensiones públicos estuvieran sosteniendo el mercado y del oportunismo de los inversores al adquirir títulos a valoraciones atractivas. Sin embargo,

las pruebas de misiles de Corea del Norte, la debilidad de nuevos datos macroeconómicos en Estados Unidos y las fuertes penalizaciones a los valores bancarios, hicieron que dicha mejoría no fuera mayor. ■



Antonio García Rebollar, presidente Renta 4 Gestora.

Negocio Exterior



Una sólida plataforma de apoyo
en el mercado exterior

Asia o la epidemia endémica

MONEDA ÚNICA
Jose Carlos Sanz

Entre los motivos que vemos para este mal comportamiento, está la dependencia económica de Asia del resto del mundo y algunos factores particulares como la crisis de credibilidad e inestabilidad política

que ha afectado a Corea. Si a lo largo de este trimestre estuvo muy afectado por la inestabilidad con Corea del Norte, después se le ha añadido el fraude en las cuentas de SK Global (el tercer mayor conglomerado en Corea). Esta situación causó gran desconfianza y la fuerte salida de dinero del país en sólo dos días recordaba a los comienzos de la crisis asiática. Además de esto, desde el punto de vista macro, el gobierno presentó el segundo paquete de medidas para evitar las quiebras de las empresas de tarjetas de crédito. Además de una emisión de bonos para dar liquidez, compañías coreanas como Samsung, LG, Kookmin Bank tendrán que inyectar dinero en sus filiales de tarjetas de crédito para recapitalizarlas y evitar su quiebra. La corrección en la bolsa coreana, por todos estos motivos ha dejado a Corea (refiriéndonos a múltiples) como el país más barato de todos los emergentes: más barato que Brasil y Rusia.

A todo ello hay que añadir un problema adicional a la zona asiática, que ha puesto

en alerta a todo el mundo, que es la rapidez de contagio de la conocida "neumonía atípica". Esta enfermedad está dañando principalmente a Hong Kong. El gobierno y las empresas están tomando medidas y la actividad se está paralizando. Las entradas y salidas del país se están cerrando con el consiguiente efecto negativo que origina esto para un país que es el "umbral" económico de Asia. No sólo hay que considerar el efecto que esta neumonía tendrá en consumo y turismo, sino que todo el comercio que normalmente canaliza a China puede cerrarse. Con esta situación, la bolsa de Hong Kong ha sido la que peor ha funcionado desde que estalló la noticia y el mercado del tipo de cambio comienza a descontar que se va a romper el sistema de flotación pegado al dólar que tiene su divisa. Sin embargo, las autoridades chinas (China ha sido el origen de la neumonía) por fin ayer reconocieron que la situación no está controlada y la OMS ya ha intervenido. En los próximos días se podrá ver el alcance de todo esto. ■

Coyuntura bursátil: Por el buen camino

El rápido desenlace de la guerra de Irak ha permitido que el mes de abril se haya convertido en el mejor mes desde hace varios meses. A principios de mes, la preocupación de los inversores se centró en la duración del conflicto bélico en Irak, suponiendo el inicio de alzas generalizadas en el conjunto de plazas bursátiles mundiales, que han continuado tras finalizar el conflicto bélico, favorecidas por los últimos datos macroeconómicos y resultados empresariales publicados.

De esta forma, en el plano macroeconómico, los datos publicados tras finalizar el conflicto volvieron a influir, tras varias semanas de pasar inadvertidos, sobre la evolución del conjunto de los mercados bursátiles. En España, destacó la tasa de creación de empleo, situándose en un 1%, el índice más elevado de la Unión Europea junto con Luxemburgo. Los últimos datos macroeconómicos provenientes de los Estados Unidos fueron, en general, muy positivos. Por un lado, en el mes de febrero, el inventario de las empresas norteamericanas ascendió un 0,6%, por encima de las previsiones de los analistas que esperaban que tan sólo creciera un 0,4%. Por otro lado, el IPC estadounidense del mes de marzo subió un 0,3%, mejorando también las expectativas de los analistas, que lo situaban en un 0,4%.

Además, los mercados también se han visto favorecidos por el buen comienzo de la campaña de presentación de las cuentas trimestrales en Wall Street, destacando la presentación de unos resultados mejores de los previstos por los analistas por parte de las compañías de elevada relevancia a nivel internacional: Biogen, Intel, Citigroup y Microsoft, entre otras. Como hecho relevante, en los últimos días de cotización del mes, el sector que lideró estos buenos resultados fue el asegurador, reflejándose esta noticia sobre el índice Eurostoxx en la que este sector sufrió una revalorización cercana al 26%. Las empresas que más se beneficiaron de esta tendencia fueron las aseguradoras Muenchener con una revalorización cercana al 55% seguida de Allianz y Aegon con revalorizaciones superiores al 40%.

No obstante, en los últimos días del mes, los mercados internacionales, especialmente asiáticos, se han visto influidos por la incertidumbre acerca del rápido contagio de la neumonía asiática. Este hecho podría afectar, considerablemente, al crecimiento económico de uno de los países con mayor nivel de inversión extranjera, China y, en consecuencia, al crecimiento mundial.

En el mercado bursátil español, el Ibex-35 ha subido

Patricia Uroz Sanz
Área de Formación/Proyectos
Fundación de Estudios Bursátiles y Financieros
puroz@febf.org



más de un 20%. En línea con el resto de mercados, el sector bancario y el asegurador han sido los que mayores alzas han registrado desde el inicio del ascenso. El mercado español ha seguido un comportamiento similar a los mercados europeos, destacando la empresa Sogecable que desde el visto bueno por parte del Tribunal de Defensa de la Competencia a la unión de las plataformas digitales acumuló una subida superior al 47%. Otro hecho destacable, ha sido la decisión del grupo constructor Ferrovial de lanzar una OPA, valorada en 117,7 millones de euros, sobre la firma británica especializada en conservación de infraestructuras Amey, la cual no fue bien acogida por el mercado, dado que el valor registró un descenso del 2,79%.

En definitiva, en España y el resto del mundo, si la Bolsa sigue subiendo o no, tras el fin de la guerra, dependerá, fundamentalmente, de los próximos resultados empresariales y datos económicos publicados, por el momento desconocidos, pero si algo es cierto, es que, actualmente, vamos por buen camino, pues, por una parte, los resultados empresariales están siendo, en general, buenos y, por otra parte, los últimos datos macroeconómicos relevantes han pasado de los pesimistas niveles existentes en pleno conflicto en Irak a esperanzadoras noticias. ■

Todos los centros giran a nuestro alrededor

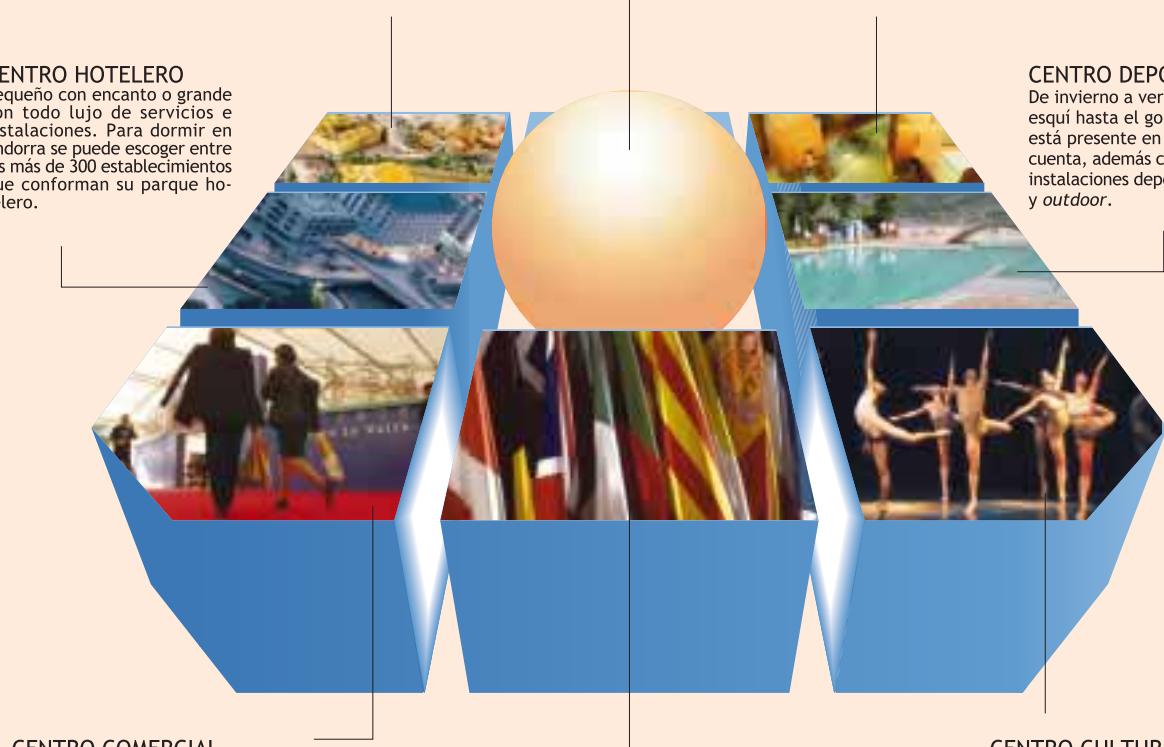
El Centro de Congresos y Exposiciones de Andorra la Vella le ofrece sus salas adaptables y multifuncionales, un salón de actos y todos los servicios e instalaciones necesarios para que sus congresos o reuniones sean un éxito. En resumen, lo que todos... o quizás... un poco más.

CENTRO GASTRONÓMICO
Cocina andorrana, internacional, mexicana, japonesa, francesa, italiana... Un amplio abanico de excelentes restaurantes capaces de satisfacer a los más exigentes paladares.

CENTRO DE OCIO
Cines, espacios lúdicos, baños termales, bares y discotecas, paintball, trekking, quads, paseos a caballo, vuelos en helicóptero, motos de nieve. De día y de noche las opciones son incontables.

CENTRO HOTELERO
Pequeño con encanto o grande con todo lujo de servicios e instalaciones. Para dormir en Andorra se puede escoger entre los más de 300 establecimientos que conforman su parque hotelero.

CENTRO DEPORTIVO
De invierno a verano, desde el esquí hasta el golf, el deporte está presente en Andorra, que cuenta, además con magníficas instalaciones deportivas *indoor* y *outdoor*.



CENTRO COMERCIAL
El núcleo urbano es también una gran galería comercial, con cientos de establecimientos, *boutiques* y *shopping-centers* donde encontrar los mejores artículos y las mejores marcas.

CENTRO DEL PAÍS
Andorra la Vella es la capital del Principado de Andorra, en ella se encuentran el centro neurálgico y de negocios y gran parte de los organismos oficiales y servicios públicos.

CENTRO CULTURAL
Desde un extenso patrimonio románico y sus singulares e interesantes museos, hasta teatro, música y danza, galerías de arte y exposiciones, la oferta cultural es extensa y variada en todo el país.



CENTRE DE CONGRESSOS I EXPOSICIONS
COMÚ D'ANDORRA LA VELLA



INFORMACIÓ I RESERVES: CENTRE DE CONGRESSOS I EXPOSICIONS · ANDORRA LA VELLA
Plaça del Poble, s/n · T (+376) 861 131 · F (+376) 861 489 · centredecongressos@comuandorra.ad

EUROHYPO, un banco orientado a inversores inmobiliarios internacionales

EUROHYPO es el banco líder en Europa en financiación inmobiliaria no residencial. Con sus oficinas en España, Portugal, Inglaterra, Irlanda, Francia, Holanda, Bélgica, Italia, Austria, Suiza, Suecia, Polonia, Hungría y República Checa, además de sus 10 sucursales en Alemania y sus oficinas en Nueva York, Los Angeles y Chicago, es uno de los bancos inmobiliarios con mayor presencia internacional. No en vano, alrededor del 60% del volumen de préstamos concedidos cada año proviene de las oficinas que se encuentran fuera de Alemania.

EUROHYPO es el banco resultante de la fusión que tuvo lugar en 2002 de los bancos DEUTSCHE HYP, EUROHYPO

y RHEINHYP.

EUROHYPO es un prestamista especializado en la financiación de edificios de oficinas, centros comerciales y de ocio, hoteles de negocios y centros de logística de última generación, y presta servicios a todo tipo de inversores inmobiliarios tanto internacionales como nacionales, ya sean públicos o privados.

Ofrecemos financiación a medio y corto plazo, con tipos de interés variables, fijos y estructuras mixtas.

En España opera desde 1991 y cuenta con una sucursal en Madrid y una delegación en Barcelona. En el caso de los inversores españoles, la experiencia nos ha demostrado que el asesoramiento



directo desde las oficinas españolas es el que garantiza el mejor resultado. ■

José Luis Zanetty, director de Eurohypo AG Sucursal en España

El grupo Aguirre Newman Consultoría aplicada a la inversión inmobiliaria

Aguirre Newman es una compañía creada en 1988 por Santiago Aguirre y Stephen Newman. Es la primera consultoría integral de servicios inmobiliarios del mercado español, capaz de aportar un asesoramiento global en todas las áreas del ciclo inmobiliario y su cadena de valor.

El grupo Aguirre Newman cuenta con delegaciones en Madrid, Barcelona, Lisboa y Costa del Sol, y está presente en más de 70 ciudades de Europa, América, Asia y Oceanía gracias a sus alianzas internacionales.

El grupo Aguirre Newman desarrolla su actividad en tres líneas principales, de las que se derivan los distintos servicios que presta a sus clientes y que son:

- **Línea de consultoría**, que comprende los servicios de valoraciones, investigación y análisis y la administración de inmuebles y urbanismo.

- **Línea de gestión**, con asesoramiento a propietarios e inquilinos (tanto en oficinas como en locales y centros comerciales o naves industriales).

- **Área Técnica**, con una oferta que engloba urbanismo, arquitectura de nueva planta, project management, consultoría de espacios, proyectos de implantación y gestión de la construcción.

Aguirre Newman ofrece en la actualidad el abanico de servicios inmobiliarios

**CUENTA CON DELEGACIONES EN
MADRID, BARCELONA, LISBOA Y
COSTA DEL SOL, Y ESTÁ PRESENTE
EN MÁS DE 70 CIUDADES DE
EUROPA, AMÉRICA, ASIA Y
OCEANÍA.**

más completo del mercado español a través de los diecisiete departamentos con los que cuenta la firma y que se estructuran en torno a tres líneas de actuación: consultoría, gestión y servicios de construcción.

Más allá del negocio inmobiliario, el grupo consultor se preocupa por hacer de las ciudades entornos más habitables, también se fomenta de manera especial los proyectos relacionados con la investigación y desarrollo, la formación y especialización de profesionales y la sensibilización social.

Por otra parte, la formación continua es seña de identidad de la compañía. La firma apuesta por la consolidación de su liderazgo en el sector de la consultoría inmobiliaria invirtiendo sus beneficios en la formación de los profesionales del grupo, junto a la mejora tecnológica y la apertura de nuevas líneas de actividad. El equipo Aguirre Newman está compuesto por profesionales especializados en finanzas, ingeniería, marketing y arquitectura, fundamentalmente.

La filosofía empresarial del grupo Aguirre Newman responde al modelo de "partnership" anglosajón, en el que los directivos de la firma participan en su accionariado. ■

Asesoramiento en la Implantación Empresarial

Las necesidades de asesoramiento de las empresas en sus procesos de implantación traspasan el ámbito puramente inmobiliario. Los aspectos que deben considerarse en las decisiones de implantación de un nuevo negocio, industria o actividad empresarial, requieren el asesoramiento de profesionales capaces de coordinar la totalidad de dichos aspectos.

Este es el enfoque de Insignia en el asesoramiento en la ubicación de negocios ("Business Location Services"):

- Coordinación del análisis del mercado laboral: oferta y demanda de profesionales cualificados que se adecuen a las necesidades específicas del negocio. Evaluación de ventajas e inconvenientes de las diferentes opciones, incluyendo el análisis de los costes laborales y los regímenes de flexibilidad laboral.

- Análisis de infraestructuras: comunicaciones, red de carreteras, isocronas a centros de interés o de actividad, futuros proyectos, etc.

- Identificación de ubicaciones: análisis de las ventajas e inconvenientes de cada ubicación en términos de disponibilidad de superficies, costes de adquisición o promoción, capacidad de crecimiento futuro, liquidez de las inversiones, ventajas de alquilar o comprar, etc.

- Análisis de riesgos de cada ubicación: análisis técnico de edificios, riesgos medioambientales, urbanísticos, etc.

- Coordinación del asesoramiento legal y fiscal

- Búsqueda de subvenciones y ayudas estatales y locales.

Como resultado de los análisis realizados el empresario recibe una "carta de navegación" completa de las ventajas e inconvenientes de cada ubicación potencial desde una perspectiva más amplia que la mera evaluación de costes directos. ■



ATIS REAL al servicio de toda Europa

El grupo ATIS REAL Auguste-Thouard se ha convertido en los últimos años en uno de los más importantes de Europa. Esta presente en los principales países europeos, como Francia, Reino Unido, Alemania, Benelux y Portugal, con un posicionamiento de liderazgo en servicios de transacción y consultoría inmobiliaria. Este año, además de reforzar sus estructuras comerciales, ha ampliado su presencia geográfica con una política de alianzas centradas en mercados target como el de Estados Unidos (con CRESA Partners) y el de Lejano Oriente (con Sallmanns Group).

Su objetivo es asegurar a sus clientes la más alta calidad de prestación de sus servicios de consultoría e intermediación a través de equipos de trabajo multidisciplinares integrados por consultores y asesores especializados en áreas de estrategia, valoración, financiación, equipamientos y gestión patrimonial, legal y fiscal, tanto en territorio nacional como en cualquier otro país en el que ATIS REAL este presente. Además, cuenta con servicios de transacción para todo tipo de inmuebles, como hoteles, residencias, gestión de suelo, locales, industria, etc.

Auguste-Thouard se encarga de todos los trámites relacionados con la gestión inmobiliaria, desde el análisis y asesoramiento para la adquisición del suelo hasta los estudios de mercado para su enajenación. ■

El Corporate Solutions del sector inmobiliario

Entre los servicios de Jones Lang LaSalle, consultora inmobiliaria internacional, podemos destacar el de Corporate Solutions. Este servicio engloba un conjunto de soluciones integrales orientadas a empresas que quieran contar con un servicio de asesoramiento para su patrimonio inmobiliario y gestión del mismo.

Llevado a cabo por un equipo multidisciplinar que presta servicios inmobiliarios

y financieros para usuarios de oficinas, de industria y de logística. Las soluciones de corporate solutions ofrecen tenant representation (asesoramiento y representación de inquilinos en la búsqueda de nuevas implantaciones tanto a nivel nacional como internacional); consultoría, adquisición y ventas; diseño y gestión de proyectos y asesoramiento estratégico (investigación, valoración y due diligences). ■

El 59% de las empresas de los PECO esperan aumentar su cifra de negocio en 2003

LAS ELEVADAS PREVISIONES DE CRECIMIENTO Y DESARROLLO ECONÓMICO EN LOS PAÍSES CANDIDATOS CONTINÚA IMPULSANDO LA INVERSIÓN. ESTA ES UNA DE LAS CONCLUSIONES DEL INFORME ELABORADO POR LAS CÁMARAS DE COMERCIO.

◆ MONEDA ÚNICA

Las Cámaras de Comercio han elaborado el informe "Perspectivas Empresariales en los Países Candidatos y España para 2003" en el que se pone de manifiesto las oportunidades de inversión que surgirán tras la adhesión de los actuales candidatos a la Unión Europea. Las perspectivas son bastante positivas, sobre todo para países como Rumanía, Eslovenia o Eslovaquia, cuyas cifras de negocio se incrementarán por encima de la UE. En peor posición quedan Malta o Hungría, que obtienen resultados negativos en casi todas las variables.

Los datos que se reflejan en la encuesta ponen de manifiesto que las expectativas de las empresas de Europa del Este y Central se encuentran por encima de la media de la Unión Europea. De hecho, sólo el 44% de las empresas de la UE espera aumentar su negocio en 2003, frente al 59% de la zona de los candidatos. Ambas cifras, sin embargo, se sitúan por debajo de las perspectivas en España, donde al menos 68 de cada 100 empresas afirma



Centro de Congresos de Eslovenia, uno de los países candidatos con mejores perspectivas de inversión.

Companies of the candidate countries expect to increase their business volume by 2003

The Chambers of Commerce have elaborated the report "Managerial Perspectives in the Candidate Countries and Spain for 2003" which shows the investment opportunities that will arise after the adhesion of the current candidates to the European Union. The perspectives are quite positive, mainly for countries like Romania, Slovenia or Slovakia whose business figures will be increased above the UE. In worse position they are Malt or Hungary that obtain with negative results in almost all the variables.

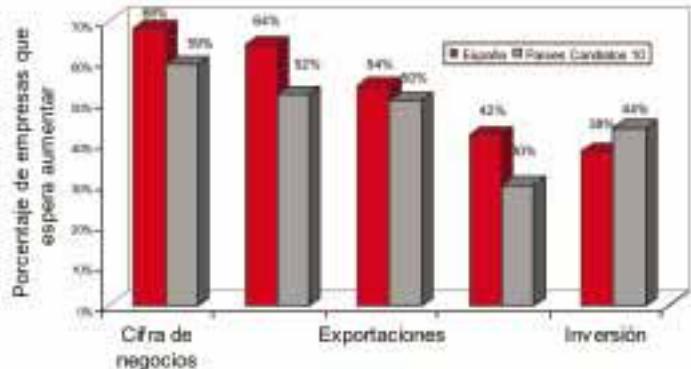
The data that are reflected in the survey show that the expectations of the companies of Eastern and Central Europe are above the stocking of the Euro-

pean Union. In fact, 44% of the companies of the UE only hopes to increase its business in 2003, in front of 59% of the area of the candidates. Both figures, however, are located below the perspectives in Spain, where at least 68 of each 100 companies affirm that their business figure will be increased this year.

"All the variables reflect more favorable results for the Spanish economy, except the investment that shows the biggest business opportunities as a consequence of their next adhesion from these countries to the European Union", affirms Emilio Carmona, director of the Service of Studies of the Council of Chambers.

About interior sales, the companies of the candidate countries reflect a very important advance, tripling the results got in 2002. They are the companies of Romania and Slovakia again, together with those of Estonia, those that foresee a bigger impulse in the internal demand. On the other hand, the report shows that the slight recovery waited in the world environment and European will allow the companies of the area to continue being internationalized and winning market quota. The opening to the exterior and vigor of the exports is specially important again in Slovenia, with 74% of the convinced companies that they will increase its sales to the exterior, Rumanía, with 67%, and Slovakia, with 59%.

Mejores perspectivas empresariales en España que en otros países candidatos para 2003



* CC10: Media ponderada de los países analizados: Eslovaquia, Eslovenia, Bulgaria, Estonia, Rumanía, Chipre, República Checa, Polonia, Malta y Hungría.

que su cifra de negocio se incrementará este año.

“Todas las variables reflejan resultados más favorables para la economía española, excepto la inversión, que pone de manifiesto las mayores oportunidades de negocio como consecuencia de su próxima adhesión de estos países a la Unión Europea”, afirma Emilio Carmoña, director del Servicio de Estudios del Consejo de Cámaras.

En lo que a ventas interiores se refiere, las empresas de los países candidatos reflejan un avance muy importante, triplicando los resultados conseguidos en 2002. Vuelven a ser las empresas de Rumanía y Eslovaquia, junto con las de Estonia, las que prevén un mayor impulso en la demanda interna. Por otra parte, el informe pone de manifiesto que la ligera recuperación esperada en el entorno mundial y europeo permitirá a las empresas de la zona seguir internacionalizándose y ganando cuota de mercado. La apertura al exterior y vigor de las exportaciones vuelve a ser especialmente importante en

Eslovenia, con un 74% de las empresas convencidas de que aumentarán sus ventas al exterior, Rumanía, con un 67%, y Eslovaquia, con un 59%.

Conclusiones principales del informe

- La inmensa mayoría de las empresas (93%) se encuentra a favor de la entrada en la UE, siendo con diferencia el sector corporativo de los Países Candidatos el que ha otorgado un mayor respaldo a la integración.

- Por lo general, dos tercios de las empresas se muestran optimistas con respecto a las perspectivas de negocio en el Mercado Único. En términos generales, sus expectativas apuntan hacia mercados más abiertos y competitivos como resultado de la Adhesión al Mercado Único, mostrándose, asimismo, seguras sobre su futuro.

- Las empresas pertenecientes a Europa Central muestran un interés cada vez mayor por la Unión Europea. Es más, a medida que la Adhesión se va approximando

do, la concienciación de estas acerca de la complejidad que entraña el Acervo Comunitario es cada vez mayor, inclinándose hacia una postura más crítica con respecto a su propio estado de disponibilidad.

- Concretamente, el nivel de información existente acerca del Acervo Comunitario continúa siendo insuficiente dado que un porcentaje inferior al 10% de las empresas declara estar completamente informado al respecto y todavía un tercio asegura carecer de información. Más de la mitad de las empresas encuestadas admiten no explotar suficientemente las fuentes de información que se encuentran disponibles. En un primer momento, las empresas tratan de recabar información sobre la legislación de la UE y recurren en un principio a las Cámaras de Comercio, consideradas su primera fuente de información.

- Por lo general, las pequeñas empresas, así como aquellas que operan principalmente en el mercado nacional, están menos preparadas para la Ampliación de la UE: no disponen de tanta información sobre el Acervo Comunitario, su nivel actual de preparación es inferior y los preparativos para lograr dicho cumplimiento han experimentado un avance menor.

- La mayoría de las empresas (un 60%) se siente satisfecha con las negociaciones actuales de la Adhesión y casi todas reconocen la necesidad de tener su representación en Bruselas. ■

**68 DE CADA 100 EMPRESAS
ESPAÑOLAS ESPERA AUMENTAR
SU CIFRA DE NEGOCIO
DURANTE ESTE AÑO**

Main conclusions of the report

- The immense majority of the companies (93%) is in favour of the entrance in the UE, being with difference the corporate sector of the Candidate Countries the one that has granted a bigger back to the integration.

- In general, two thirds of the companies are shown optimistic with regard to the business perspectives in the Common Market. In general terms, their expectations point towards a more open and more competitive markets as a result of the Adhesion to the Common Market, being shown, also, sure on their future.

- The companies belonging to Central Europe show an interest every bigger time for the Euro-

pean Union. It is more, as the Enlargement approaches, the understanding of these about the complexity that involves the Community Wealth is every bigger time, leaning toward a more critical posture with regard to its own state of readiness.

- Concretely, the level of existent information about Community Wealth continues being insufficient since an inferior percentage to 10% of the companies declares to be totally informed in this respect and a third still assures to lack information. More than half of the interviewed companies admit the sources of information that are available not to explode sufficiently. In a first moment, the companies are about to get information on the legislation

of the UE and they appeal in a principle to the Chambers of Commerce, considered their first source of information.

- In general, the small companies, as well as those that operate mainly in the domestic market, are less prepared for the Enlargement of the UE: they don't have so much information has more than enough Community Wealth, their current level of preparation it is inferior and the preparations to achieve this execution have experienced a smaller advance.

- Most of the companies (60%) feel satisfied with the current negotiations of the Enlargement and almost all recognize the necessity to be represented in Brussels.

Aumar añade a su certificación en calidad, el Sistema de Gestión Medioambiental

AUMAR HA ACREDITADO SU GESTIÓN CON LA OBTENCIÓN DE DOS CERTIFICADOS DE CALIDAD: GESTIÓN DE CALIDAD PARA EXPLOTACIÓN, CONSERVACIÓN Y MANTENIMIENTO DE AUTOPISTAS DE PEAJE POR LA NORMA UNE-EN ISO 9002:94, Y EL CERTIFICADO DE GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL UNE-EN ISO 14001:96.

MONEDA ÚNICA

Autopistas Aumar, perteneciente al Grupo Aurea, certificaba su Sistema de Gestión de Calidad para Explotación, Conservación y Mantenimiento de Autopistas de Peaje, por la Norma UNE-EN ISO 9002:94, el 5 de diciembre de 2000. De esta manera, se convertía en la primera concesionaria europea de autopistas en acreditar la calidad de su servicio.

Sin embargo, el reto de la sociedad titular de las autopistas nacionales de peaje Tarragona-Valencia, Valencia-Alicante y Sevilla-Cádiz, todavía iba más lejos: conseguir también la certificación de su Sistema de Gestión Medioambiental, por la Norma UNE-EN ISO 14001:96.

Certificación en calidad

Después de dos años en funcionamiento del Sistema de Gestión de Calidad para Explotación, Conservación y Mantenimiento de Autopistas de Peaje, los auditores de Aenor felicitaban a la sociedad concesionaria por el desarrollo e implantación del sistema, siendo sus puntos fuertes las encuestas y las auditorias internas, así como la sencillez y la aplicabilidad de sus procedimientos. Un proceso en el que se han visto implicadas las empresas colaboradoras de las áreas de servicio y gasolineras, como parte integrante del servicio que Aumar presta a sus usuarios.

Por otra parte, se hacía constar que toda la experiencia y conocimientos adquiridos durante el procedimiento de certificación, proporcionaba una documentación que, con pequeñas variaciones, se podría aplicar en el futuro a las nuevas concesionarias, haciendo posible la exportación del Know-how de Autopistas Aumar, S.A.C.E., con adaptaciones a los casos particulares.



Abertis contará con más de 75.000 accionistas y su capitalización bursátil se situará en torno a los 6.000 millones de euros.

Gestión Medioambiental

El 17 de diciembre de 2002 Aumar certificaba su Sistema de Gestión Medioambiental, afrontando el desafío de ser la primera que abordaba este proceso en su sector.

Quedaba todo por hacer. Se carecía de documentación de referencia, ninguna empresa del sector se había certificado nunca y, con estas premisas, se empezó a redactar la documentación necesaria, se estudiaron las instalaciones para adecuarlas a la normativa medioambiental y se impartió formación al personal.

Finalmente Aumar conseguía la certificación de su Sistema de Gestión Medioambiental en base a la norma UNE-EN ISO 14001:96.

Abertis nace para unir por autopista Lisboa y Roma

Durante la Junta de Accionistas celebrada el pasado mes de abril, en la cual se presentaron los beneficios de 2002 de la sociedad matriz que crecieron un 42,5%, se aprobó también el proyecto de fusión de Acesa y Áurea constituyendo el grupo empresarial Abertis Infraestructuras. El nuevo grupo está presente en España, Italia, Portugal, Andorra, Reino Unido, Argentina, Chile, Puerto Rico, Colombia y Marruecos, siendo en estos momentos el primer operador en fondos propios, el segundo en capitalización y beneficios y el tercero en kilómetros de autopistas gestionados. ■

Los efectos económicos de la Autopista A-7

MONEDA ÚNICA

AUMAR ha encargado a un equipo multidisciplinar del Instituto de Economía Internacional de la Universidad de Valencia, la realización de un ambicioso trabajo de investigación que aborda la concreción de los efectos de la Autopista A-7 en la Comunidad Valenciana. Los resultados a los que se han llegado no dejan de ser curiosos, valoraciones que inciden en la estructura productiva de la región, el crecimiento económico, la renta y el empleo, la competitividad exportadora y la actividad turística.

La participación de la A-7 en el PIB se sitúa en el 0,51% (más de 264 millones de euros en el año 2000). Este porcentaje es notablemente superior al que representan sectores tales como los cítricos, el juguete, el mueble y la mayoría de las actividades de transporte, actividades de gran arraigo en la Comunidad.

En segundo lugar, desde el punto de vista de los resultados empresariales, el

7,6% de los beneficios empresariales valencianos se deben a la A-7, es decir, 544,91 millones de euros.

En cuanto a su incidencia en la dinámica exportadora, su aportación es indudable, en un contexto de creciente importancia de la variable tiempo de la cadena logística. La existencia de autopistas que conecten a los productores con los mercados internacionales, es un factor clave de competitividad.

En cuarto lugar, se ha analizado la influencia como impulsora de la actividad turística, llegándose a la conclusión de que es la forma más habitual de llegada a la Comunidad Valenciana para los turistas. Cincuenta y siete municipios valencianos resultan beneficiados directos de la A-7, localidades de marcada especialización turística (no sólo en la modalidad "sol y playa", también, y de una forma creciente, turismo de negocios) que en el año 2000 concentraban más del 90% de plazas hoteleras, camas en apartamentos registrados y capacidad de acogida de los camping.



La aportación de la A-7 a la dinámica exportadora permite reducir los tiempos de entrega.

Otras conclusiones hacen referencia al bienestar de los individuos, por la reducción de tiempos, y en el suelo industrial, dada la mejora de accesibilidad que esta autopista comporta. ■

El nuevo símbolo del futuro

Ahora puedes pasar el mejor fin de semana visitando la Ciudad de las Artes y las Ciencias y disfrutar de todo el confort y el servicio de la cadena NH Hoteles



NH Center

NH Las Artes

NH Abashiri

NH Ciudad de Valencia

NH Villacarlos

NH Jardines del Turia

NH Express las Artes

OFERTAS PARA FINES DE SEMANA Y PERIODOS VACACIONALES EN HOTELES NH DE VALENCIA:

OFERTA 1 NOCHE desde 85 € Oferta para hab. doble + 2 desayunos + 2 entradas L'Oceanogràfic

OFERTA 2 NOCHES desde 150 € Oferta para hab. doble + 2 desayunos + 2 entradas L'Oceanogràfic, L'Hemisfèric y Museu de les Ciències

Información y reservas: 902 115 116 - Indicar: Referencia MONEDA ÚNICA

nh
HOTELES



Hotel NH Eurobuilding, primer hotel de la cadena en Almería.

NH tercer grupo en el ranking europeo de hoteles de negocios

MONEDA ÚNICA

El Grupo NH Hoteles ha iniciado un imparable proceso de expansión, que comenzaba tras la compra de la cadena holandesa Krasnapsky en julio de 2000, la de la cadena mexicana Krystal en junio de 2001 y la de la alemana Astron el pasado 25 de febrero. En estos momentos, cuando renueva su imagen corporativa, se dice que es el tercero de los hoteles de negocios en el ranking europeo, con un total de 241 hoteles y casi 35.000 habitaciones en 16 países de Europa, Latinoamérica y África. La reciente adquisición de la cadena alemana Astron Hotels, ha supuesto la consolidación de NH en Europa, puesto que Astron es el tercer operador en hoteles urbanos más importante de Alemania. De momento, 34 proyectos de nuevos hoteles en construcción van a suponer casi 6.000 nuevas habitaciones.

El pasado mes de abril, se inauguraba el primer hotel de la cadena en Almería, casi a

la vez que el NH Eurobuilding recibía por parte de la Consejería de Comercio y Turismo Española, la quinta estrella.

El NH Eurobuilding pone a disposición de los clientes el restaurante "Magerit", cocktail-bar, bar-cafetería, 28 salones (de 12 a 600 personas), un centro de negocios, instalaciones adaptadas para minusválidos, servicio de lavandería y tintorería, planchado de pantalones, limpieza de calzado, servicio de guardarropa, máquinas de hielo, parking propio, gimnasio, zona deportiva, sauna, jacuzzi, peluquería, galería comercial, agencia de viajes, servicio de autobús, discoteca "Marmara", servicio médico, niñeras, caja de seguridad y, entre otros, alquiler de coches.

La propia cadena solicitó la quinta estrella, dadas las ventajas que se obtienen de cara al mercado internacional, ya que buena parte de los clientes procedentes de determinados mercados, como Estados Unidos, que viajan a nuestro país, se alojan en establecimientos de cinco estrellas. ■

Coviñas participa en la XV Muestra de Vinos de la Comunidad Valenciana

Desde su fundación, a principios de los 60, la empresa ha sabido adaptarse, una y otra vez a un mercado, el de vino, en constante cambio. A mediados de los 90 el salto a la exportación es espectacular, con vinos embotellados con credibilidad y una excelente relación calidad-precio, entre los que destaca su Enterizo Gran Reserva y su Viña Enterizo Gran Reserva. En sólo cinco años, Coviñas se ha situado entre las más destacadas bodegas exportadoras valencianas, con más de cinco millones de botellas de marca propia. Este paso le ha permitido elaborar vinos de alta calidad, basados en las mejores uvas de los viñedos valencianos.



AET y XANTREX firman acuerdo de distribución

AET, empresa del grupo Conergy y mayorista europeo fotovoltaico, ha llegado a una acuerdo para la distribución en Europa de los equipos fabricados por la compañía canadiense Xantrex Technology Inc.

Xantrex es el primer fabricante mundial de inversores, aplicados en sistemas fotovoltaicos autónomos o sistemas de apoyo con baterías. Xantrex es también conocido por su gama de inversores con marca "TRACE" y "Statpower". Junto a los módulos solares, los inversores constituyen los componentes más importantes de una planta fotovoltaica.

Albert Edelmann, gerente de AET, y Bernd Kohlstruck, vicepresidente de Xantrex, han firmado un acuerdo para una colaboración estratégica, que reforzará la presencia de ambas compañías en Europa.

Con la amplia gama de productos que Xantrex fabrica, AET ofrecerá a sus clientes, los inversores del mayor fabricante mundial. "Nos complace poder ofrecer a nuestros clientes esta

atractiva línea de productos como socio estratégico de Xantrex en Europa," relata Alberto Medrano, gerente de AET en España. "Esta ampliación de nuestra gama de productos también significa una ventaja especial para los instaladores especializados en proyectos aislados de la red eléctrica" añade Medrano.

Xantrex, a cambio, se beneficiará de la amplia red de oficinas y almacenes propios que AET posee por diferentes países europeos y de sus clientes de clientes por todo el continente. El perfil del cliente de AET son los almacenes e instaladores que instalan, proyectan y abastecen el mercado solar en Europa. El éxito de AET se basa en ofrecer sólo primeras marcas, un servicio de entrega puerta a puerta en 24h y un precio competitivo.

Gracias a sus sucursales en Madrid, Barcelona, Zurich, Berlín, Munich y Marsella, AET ha conseguido incrementar en un 65% su cifra de ventas el año pasado alcanzando los 16 MW en módulos solares.

Grandes Líneas Renfe: la calidad al servicio del viajero profesional



Peter Parker

En una sociedad donde el estrés galopa a velocidades insospechadas, la alternativa del tren resulta cada vez más atractiva para muchos ciudadanos. Y más desde la introducción de nuevos servicios ferroviarios caracterizados por la calidad y la velocidad, en los que es posible fundir la imperiosa necesidad del aprovechamiento del tiempo con la relajación del suave devenir del tren en los viajes profesionales y de negocios.

Para todos ellos, Renfe ha dispuesto una variada oferta de elevada calidad y confort a través de la Unidad de Negocio de Grandes Líneas. La gama de productos Alaris, Euromed, Trenhotel, Arco, Altaria y Talgo, constituyen una valiosa alternativa para este perfil de viajero, que valora ante todo la competitividad de los tiempos de viaje y el trato personalizado que estos trenes ofrecen.

Uno de los ejemplos más paradigmáticos es el servicio *Euromed*, que une las ciudades de Barcelona y Valencia en tan solo 2h y 45 min. El tren, apto para el ocio y el negocio, ofrece un elevado nivel de atención al viajero y una competitiva oferta en calidad, tiempo de viaje y precio. Por ello, se ha convertido en el servicio con mayor demanda en el Corredor Mediterráneo, con una ocupación cercana al 95 %.

Alaris es otro producto de la Unidad de Negocio de Grandes Líneas de Renfe. Su tránsito se sitúa entre Madrid y Valencia, ciudades a las cuales une en tan solo 3 horas y media. El tren circula desde el año 1997 y dispone de un total de 160 plazas, con un esmerado trato al cliente y alto nivel de confortabilidad.

La renovación viene de la mano del tren *Arco* que ha adaptado su morfología y mecánica a las nuevas demandas de trans-

pote del siglo XXI. Este producto ofrece la posibilidad de desplazarse entre Barcelona y Valencia; también ofrece el trayecto Portbou-Alicante-Murcia y el Barcelona-Sevilla. Renfe transportó 513.688 viajeros en el tren García Lorca Barcelona-Andalucía durante su primer año de servicio con material Arco.

La posibilidad de desplazarse de noche para aprovechar el día se concibe a partir de la opción que ofrece Renfe con el producto *Trenhotel*. Dotado con todo lujo de detalles, el tren se convierte en un auténtico hotel rodante. Entre otros complementos, el desplazamiento incluye el servicio de cafetería y restaurante, aire acondicionado, servicio de prensa y comunicación telefónica. Los departamentos del trenhotel cuentan con WC, lavabo, ducha, luz individual de lectura, armario perchero, revistero y cerradura de seguridad entre otras prestaciones. El tren une destinos nacionales (Sevilla, Cádiz, Málaga, entre otros) e internacionales (París, Lisboa, Milán o Zurich) desde las terminales de Barcelona y Madrid.

Altaria es uno de los productos más nuevos que ofrece la Unidad de Negocio de Grandes Líneas de Renfe. Con apenas 3 años de vida, el servicio *Altaria* ofrece una estructura de remolques Talgo Pendular de última generación. Este servicio permite optimizar la velocidad del tren (alcanza hasta los 220 Km/h), a la vez de un mayor confort del viajero. Dispone de un sistema de información centralizado, de megafonía regulable y de GPS para situar continuamente el tren en el territorio. Este servicio circula entre Alicante y Madrid, con un tiempo de 3h 30 minutos y entre Madrid y Pamplona en 4h y 15 minutos.

Finalmente, de la mano de los últimos trenes *Talgo*, Renfe oferta la línea Barcelona-Madrid, entre otros trayectos nacionales. Se trata de trenes formados por módulos de 220 plazas con altas prestaciones, entre las que destacan la climatización, vídeo con auriculares individuales, megafonía en cada coche, música ambiental y cafetería. ■

Trenhotel:

por el confort y la operatividad



Reunión a las diez de la mañana. Gestión bancaria a las diez y media. Un café a las once. De nuevo, reunión a las once y media.

Para agendas especialmente apretadas el trenhotel es el servicio ideal, ya que llega a su destino a primera hora de la mañana, con la tranquilidad que supone iniciar el día después de haber pasado una buena noche en un confortable habitáculo dotado de todo tipo de comodidades. El Talgo de plazas acostadas se convierte en un auténtico hotel

rodante gracias a su innovador sistema de pendulación natural, que utiliza un bajo centro de gravedad que permite un aumento de velocidad en curva combinado con un mejor confort para el viajero. El trenhotel se sitúa, a estas alturas, como el producto de mayor calidad en recorridos nocturnos con que cuenta la Unidad de Negocio de Grandes Líneas de Renfe.



"EUROPAGES: una herramienta eficaz"

Europa ha dejado de ser una posibilidad a medio plazo, y se ha convertido en una realidad con repercusiones diarias. El establecimiento del euro, la libre circulación de bienes y de personas en la Unión Europea constituyen pruebas tangibles de ello.

Las empresas no pueden seguir actuando únicamente en el ámbito nacional, ya que, cada día, deben enfrentarse a la competencia de empresas que aprovechan plenamente el potencial europeo.

Europa es de todos y representa una oportunidad formidable para todos. ¿Por qué no se beneficia de ello?

¿Qué es EUROPAGES?

EUROPAGES es la guía profesional europea de

referencia, diseñada para poner en contacto a compradores y vendedores en Europa. Contiene los datos de contacto (dirección, teléfono, fax, e-mail) de las 500.000 empresas más representativas del mercado clasificadas en unos 4.200 sectores de actividad.

EUROPAGES se publica en tres soportes (guía impresa, CD-ROM e Internet), en 6 idiomas (español, inglés, francés, alemán, italiano y holandés) y, cada año, se distribuyen un millón de ejemplares de guías impresas y CD-ROM en unos treinta países de Europa.

El 80% de los destinatarios pertenecen a sectores industriales con un fuerte potencial de compra. Los fabricantes son el objetivo prioritario de la difusión y el peso de las pequeñas y medianas empresas es considerable: un 90%.

La razón de ser de EUROPAGES: Compre Mejor, Venda Mas.

COMPRE MEJOR:

Resulta extremadamente sencillo acceder a una amplia lista de los proveedores de bienes y servicios que obtienen los mejores resultados en los 30 países donde

llega EUROPAGES. Esta base de datos, actualizada periódicamente, permite comparar las ofertas y elegir el proveedor que mejor se adapte a las necesidades de cada empresa.

VENDA MÁS:

Un anuncio publicitario en EUROPAGES permite darse a conocer mejor, y a mayor escala, en el mercado europeo y, por lo tanto, que aumenten las posibilidades de recibir ofertas de compras. De esta manera, las PYMEs europeas tienen la oportunidad de ampliar su actividad fuera de su mercado local.

EUROPAGES, un enfoque completo

Primero se publica la guía impresa (desde 1982), después el CD-ROM (1993) y, por último, el sitio web (1995). EUROPAGES siempre ha sabido anticipar el progreso de la tecnología aplicada al área de la información profesional, proveyendo gratuitamente a las empresas los datos de orientación y de contacto necesarios para desarrollar su actividad.



¿Quién está detrás de EUROPAGES?

Tres de los principales editores de Páginas Amarillas europeas son accionistas de Eurédit S.A. el editor de EUROPAGES:

- **TPI** (Grupo Telefónica - Madrid, España)
- **SEAT Pagine Gialle** (Turin, Italia)
- **DeTeMedien** (Grupo Deutsche Telekom - Frankfurt Alemania)

Cerca de otros 30 editores de guías de 25 países colaboran con EUROPAGES en calidad de representantes publicitarios.



EUROPAGES, una búsqueda de eficacia permanente

Eurédit, el editor de EUROPAGES, es quien se encarga directamente de seleccionar las empresas y de actualizar sus datos. Los estudios realizados sobre la consulta de EUROPAGES han demostrado que un anuncio genera como media 117 contactos al año, de los cuales 25 son solicitudes de compra* al mes. Se efectúan más de 5.738.167 visitas de páginas del sitio web, de las cuales 1.794.779 son búsquedas de empresas. Mediante la indexación de las palabras significativas que aparecen en los anuncios publicitarios publicados en EUROPAGES, se consigue multiplicar la visualización de los anuncios.

(* Resultados obtenidos después del estudio "Anuncios Prueba". Europages 19ª edición, anuncio en columna con recuadro).

EUROPAGES en Internet, un servicio con un potencial extraordinario

En el año 2002, el sitio web EUROPAGES alcanzó un nivel de consultas récord: como media anual se obtuvieron más de 16.285.210 búsquedas de empresas, 36.111.131 visitas de páginas, y se conectaron empresas de 168 países. EUROPAGES se ha convertido en la herramienta diaria de trabajo de miles de hombres de negocios de toda Europa. Gracias a su reconocimiento internacional, europages.com está indexado en unos 96.370 sitios webs dedicados a los negocios (fuente: Alltheweb.com, 12/02) y se han firmado acuerdos de colaboración con los principales motores de búsqueda del mundo. Y esto es sólo el principio, ya que la gama de servicios de EUROPAGES se amplía continuamente.

Fechas clave

1982

Distribución de la primera edición en 6 países.

1986

Ampliación de la distribución a 15 países.

1993

EUROPAGES se publicó en CD-Rom, en el Minitel en Francia y en MinitelNet.

1995

Inauguración del sitio www.europages.com

Distribución de 600.000 ejemplares (guía impresa) en 30 países.

1997

En paralelo a la guía impresa, se distribuyen 50.000 CD-Rom.

1998

Ampliación de la base de datos de la página web y del CD-Rom a 500.000 empresas europeas. Difusión de 1.000.000 ejemplares (guía impresa y CD-Rom) en 33 países.

2000

Seot Pagine Gialle spa (Italia), se convierte en el principal accionista de Eurédit S.A.

2001

www.europages.com, el primer sitio web en obtener el sello WebTrust en Francia.

2002

20 Aniversario de Europages, las consultas de europages.com se pueden hacer en 16 idiomas.

Lanzamiento de EuroTradeLeads sitio de anuncios clasificados.



EUROPAGES

La guía europea de los negocios

TPI Páginas Amarillas - Avda. Manoteras, 12 - 28050 Madrid
Tel.: 902 202 202 - Fax: 902 232 327 E-mail: europages@páginas-amarillas.es

www.europages.com

La Necesidad del Contrato en el ámbito de los Negocios Internacionales

El aumento progresivo de la complejidad de los negocios internacionales y la aparición de nuevas formas contractuales de cooperación y colaboración entre empresas, conlleva la necesidad latente de recurrir a los profesionales del derecho mercantil. Éstos, cuentan con los conocimientos y experiencia adecuados para el asesoramiento de la empresa exportadora, a la que aportan los instrumentos y herramientas necesarios para garantizar la seguridad jurídica en la relación contractual.

Es indudable que, en la actualidad, la actuación del operador en el ámbito del comercio internacional requiere de un análisis profundo y pormenorizado de los riesgos, incluyendo, obviamente, los que afectan directamente a la contratación.

Se trata de adquirir y llevar a la práctica del negocio la mentalidad ya arraigada en otras culturas comerciales que deriva en la firma de un contrato. Este se constituye en la única prueba fehaciente de la existencia de la relación, además de conformar un punto de apoyo esencial para la previsión de situaciones futuras que puedan afectar a las partes.

Cuando negociamos y firmamos un contrato "damos respuesta hoy a lo que puede suceder mañana", pero para que el acuerdo jurídico alcance y cumpla los objetivos propuestos debe ser gestionado con la suficiente profesionalidad.

Las prácticas enumeradas a continuación constituyen errores comunes a los operadores en el comercio internacional:

- El empeño de las partes en mantener y aplicar una mentalidad doméstica a un acuerdo que es "internacional".

- El desconocimiento de los elementos culturales o idiomáticos que inciden de manera directa en el contrato, convirtiéndose en auténticas barreras de entrada en nuevos mercados.

- El entender el recurso al asesoramiento profesional como un coste, y no como una inversión en seguridad jurídica.

- El desconocimiento de la normativa apli-

cable al contrato, motivado por la falta de experiencia en la práctica contractual.

- La tendencia a recurrir a contratos tipo que no se ajustan a la realidad del caso concreto.

- El desarrollo de contenidos contractuales vagos, imprecisos o incompletos, que derivan en la necesidad de recurrir a la resolución de los conflictos que tienen su origen en la interpretación del contrato.

- La falta de instrumentación de garantías que respondan a las circunstancias de la operación comercial, protegiendo a las partes de los riesgos inherentes a la transacción internacional de bienes o servicios.

- La ausencia de mención a la ley aplicable al contrato o a los tribunales competentes para conocer la causa en el supuesto de que medie litigio.

- El abuso producido en muchas formas contractuales, especialmente determinados acuerdos jurídicos de adhesión, donde una de las partes puede llegar a imponer las condiciones y romper el necesario equilibrio entre los interesados.

“ES INDUDABLE QUE EN LA ACTUALIDAD LA ACTUACIÓN DEL OPERADOR EN EL ÁMBITO DEL COMERCIO INTERNACIONAL REQUIERE DE UN ANÁLISIS DE LOS RIESGOS”

Es conveniente plantear la necesidad objetiva de la firma de un contrato que pueda desplegar toda su eficacia jurídica, protegiendo los intereses y expectativas de las partes en la transacción comercial. Analicemos los costes del asesoramiento, pero en ningún caso rechacemos este recurso: si surgen discrepancias de interpretación sobre lo acordado, el coste será entonces muy superior.

A ello debemos añadir el daño causado a la imagen de la empresa. Nadie negocia con operadores conflictivos, que no pueden hacer



Gregorio Cristóbal Cárlle, consultor-formador del Área Jurídica COEX y socio-director de Binomio Internacional.

frente a sus deudas o que se encuentran inmersos en continuos pleitos derivados de sus relaciones comerciales. No olvidemos que en el día de hoy, existen suficientes fuentes de información para conocer esos hechos.

La confianza en la contraparte se constituye en un elemento esencial para dar continuidad a las operaciones comerciales, pero no debe ser óbice para negar la gestión de un contrato que garantice nuestra posición en la relación comercial.

Tampoco la excusa de la urgencia en vender o comprar se conforma en un argumento válido para no contar con un instrumento negociado que pueda evitar problemas posteriores, pues existen formas contractuales que se pueden ajustar a esa situación. La seguridad jurídica requiere del tiempo necesario para negociar un acuerdo que defienda nuestros intereses: mejor perder la operación que hallarse inmerso en un mar de conflictos, con los consiguientes costes que conlleva esta situación.

A modo de conclusión, si queremos reducir riesgos o evitar, en la medida de lo posible, los problemas característicos del comercio internacional, debemos ser asesorados por profesionales del derecho, negociar las condiciones del acuerdo y firmar un contrato como elemento de refuerzo de nuestra posición en el negocio. ■

Comercio exterior y dinámica empresarial en Murcia

El comercio exterior tiene para las empresas de la Región de Murcia una especial relevancia. La significación de las exportaciones en el valor añadido bruto es superior en Murcia que en el total nacional, por lo que puede colegirse que los mercados exteriores y las variables económicas que de ellos se derivan, tiene una mayor incidencia y efectos en la economía regional.

En el año 2002 la región de Murcia ha realizado un total de exportaciones por valor de 3.794,50 MM de Euros y el de las importaciones 4.707,85 MM., registrándose un incremento del 10,24% de los envíos al exterior respecto al mismo periodo del año anterior, siendo el de las importaciones del 7,21%.

En cuanto al destino de las exportaciones, es la Unión Europea quien recibe la mayor parte de las mismas: 2.594 MM. Euros y 68% sobre el total a todos los países.

Reino Unido encabeza la lista con 629MM. Euros, lo que se traduce en el 16,60% del total. Siguen Alemania con 594 MM, Italia: 233 MM. etc.

En cuanto a la composición de las exportaciones sigue predominando claramente la partida de "Legumbres y Hortalizas" que supone 788 MM. Euros, el 20,76% del conjunto. El segundo producto es el de "Frutos Comestibles": 608 MM. Euros, y a continuación el de "Conservas" 441 MM. de euros, "Materias Plásticas" 363 MM. de euros, "Productos farmacéuticos" 235 MM. de euros, "Embarcaciones" 195 MM. de euros, etc.

Foto: Paisajes Españoles, cedida por la Consej. de Turismo de la Reg. de Murcia.



El sector de legumbres y hortalizas aumenta el 8,75%, el de frutos comestibles el 8,36% y el de la conserva vegetal el 10,12%.

Por lo que se refiere a las importaciones, la de "Combustibles minerales" alcanza 2.860 MM. euros, y el 60,74% del total, seguida de "Maquinaria mecánica" 192 MM. euros, "Embarcaciones" 149 MM. euros, "Materias plásticas" 115 MM. euros, "Aparatos eléctricos" 81 MM. euros, etc.

De los países de la Unión Europea se importa por cuantía de 1.076 MM. de euros, y de África del Norte 795 MM de euros.

En definitiva, no hay variaciones significativas en las relaciones ordinales de capítulos y mercados de la exportación murciana. Por lo que respecta a las tasas de crecimiento en relación al ejercicio 2001, mejora la conserva

vegetal y se desacelera, aunque manteniéndose con índices positivos, las hortalizas y los frutos.

En resumen, persiste el crecimiento sostenido de las exportaciones y, en menor medida, el de las importaciones.

Las empresas exportadoras murcianas constituyen un tejido empresarial enormemente importante para la competitividad de la economía de la Región de Murcia. Es interesante destacar que, mientras hace una década apenas existían 400 empresas que exportasen con cierta regularidad, actualmente, exportan de manera habitual 1.044 empresas, aunque puede calcularse en 1.600 las que tiene capacidad de oferta exportadora.

La distribución por sectores de las 1.044 empresas exportadoras se concentra en "Fabricantes" con 634 empresas, el 60,7% del total, seguido de "Mayoristas" con 229 empresas y 21,9% del total. Transportes y comunicaciones 44 empresas, 4,2%. Construcción 40 empresas, 3,8%. Agricultura, Ganadería y Pesca 35 empresas, 3,4%, Servicios 31 empresas y 3,0%. Detallistas 24 y 2,3%. Minería 7 y 0,7%.

Considero que con los datos aportados se destaca la importancia que las empresas murcianas tienen en el sector exterior, y particularmente las exportadoras, por lo que es necesario que decidan su proyección al exterior generando ventajas competitivas que les permitan enfrentarse al futuro con éxito y entusiasmo. ■

Antonio Sánchez Gallego



Avenida de César Augusto, 13 - 50004 ZARAGOZA
Tel. 976 285 522 - www.laslanzas.net

Menú Degustación
(máximo 2 personas - cambio cada quince días)

Canalada de Salsas Marinadas con Beurre y Vinagreta de Cenachos
Revolto de Cenovales y Setas con Plát. Croquiente
Lomo de Merluza Tricolore con Fondo de Costillas
Carrilleras de Ternera Guisadas a la Naranja

Como Postre: Delicias del Chef
Última de nuestra Bodegas
Aromáticos Café Colombiano

Precio: 30 € Iva incluido

Tipo de cocina
Arrocería y de mercado especializada en pescados y mariscos

El mayor Museo del Aceite

El pasado mes de abril, el Ayuntamiento de La Muela (Zaragoza), inauguraba el Museo del Aceite, un espacio distribuido en tres niveles, planta, altillo y sótano, con una superficie total de 1.760 metros cuadrados, es el más grande de España.

La planta de entrada es el antiguo molino de lo que fue Sociedad Olearia de La Muela, del que sólo quedan las piletas donde reposaba el aceite. Aquí se pueden ver dos molinos completos, con su prensa, bomba y un sinfín que eleva la aceituna al altillo. Completan el conjunto dos batidoras de pasta, una plancha giratoria, dos vagones, una caldera y una



máquina separadora de cuspillo. En el sótano, ocho espacios temáticos, además de una sala de proyecciones y la tienda. En definitiva, lo que el Ayuntamiento ha pretendido con esta iniciativa es rendir un homenaje a uno

de los productos más significativos de la tierra, el aceite, en uno de los municipios españoles que más proyectos empresariales se ponen en funcionamiento, y uno de los más ricos de España. ■

Fustabloc se convierte en el fabricante exclusivo en España de una firma italiana

La empresa de fabricación de bloques de papel acaba de firmar un convenio con la empresa Polg de Verona (Italia) por el cual, ésta ha cedido a Fustabloc la explotación de sus productos en España así como la distribución a países vecinos de la Unión Europea, según informaba el gerente de la compañía, Tino Cuquerella. "Fustabloc se convierte en la primera empresa en España que a partir de ahora fabrique este tipo de productos -relacionados con el bloc de papel- y los comercialice". El convenio tiene la duración de un año prorrogable y por medio de éste, el proveedor italiano confía su imagen y su firma a una empresa de Gandía que amplía su mercado al exterior, y aumenta su producción en el mercado de la papelera, con un producto cuya especialidad es que tiene una o tres paredes del bloc inclinados.

Mango busca introducirse en China

La compañía española de moda española quiere ampliar su cuota de mercado en China y sumar, a los tres establecimientos que ya tiene en funcionamiento, otros siete. De momento, recientemente se inauguraba una nueva tienda en Shanghai, a las que seguirán otras en Beijing, Dalian o Censen. Mango está presente en 70 países y cuenta con un total de 630 tiendas. Su penetración en el mercado de China se produjo en 2002 con su primer establecimiento, pero su proyecto de expansión, está claro que es mucho mayor.

La empresa aragonesa Saica en Portugal

La papelera aragonesa Saica continúa su proceso de expansión, no sólo en la

Península Ibérica con la adquisición de una red de centros de recuperación de papel usado en Levante y Sevilla, sino también en Portugal. De esta manera, el grupo familiar compraba una fábrica de cartones en Oporto, de la firma Porlinpac Embalagens.

OHL penetra en los Países del Este

El grupo de construcción y servicios OHL adquiría el 61% de la empresa checa ZPSV Uherský Ostroh, como primer paso de sus intereses por el mercado de Europa Central y del Este. La actividad del grupo checo abarca, además del mercado nacional, el internacional, en países como Eslovaquia, Bulgaria, Polonia y Grecia. Durante el pasado ejercicio obtuvo una facturación de unos 240 millones de euros.

Indra realizará el recuento provisional de votos en las elecciones del 25 de mayo

Indra utilizará el Sistema Integrado de Recuentos Electorales (SIRE), una metodología y solución tecnológica de desarrollo propio que garantiza la máxima fiabilidad, seguridad y rapidez en el proceso de escrutinio y difusión de los resultados preliminares. Entre las principales novedades para estas elecciones municipales, se introduce la difusión de los resultados mediante mensajes de texto a través de teléfonos móviles SMS.

Inauguración del Parque Industrial de Granollers-Montmeló

El delegado especial del Estado en el Consorcio de la Zona Franca de Barcelona, Enrique Lacalle, el alcalde de Granollers, Josep Pujadas, el alcalde de Mont-



meló, Manuel Ramal y el presidente de AMREY, Enric Reyna, inauguraban el pasado 4 de abril el Parque Industrial de Granollers-Montmeló, un importante proyecto, y un revulsivo económico para la zona, que permitirá la ubicación de un nutrido grupo de empresas y la creación de puestos de trabajo.

Repsol YPF abre una oficina de representación permanente en México

Repsol YPF ha abierto una oficina de representación permanente en la ciudad de México para sus actividades de Exploración y Producción, cuya apertura está relacionada con el anuncio de Pemex de iniciar proyectos a través de Contratos de Servicios Múltiples (CSM). Estas licitaciones permitirán que compañías privadas participen en el programa de mejoramiento de la productividad de los campos de gas natural no asociado de Burgos, norte de México. Repsol YPF considera de gran importancia este proyecto para el desarrollo industrial y la economía mexicana, y manifiesta su confianza e interés en el sector energético mexicano, en el que ya está presente a través de su participación en Gas Natural, empresa líder en la distribución de gas en México.



"Todavía no sé cuál será el resultado de mi empresa a final de año.
Lo que sí sé es cómo rentabilizar al máximo mis viajes con Lufthansa".

PartnerPlusBenefit: Su beneficio es nuestro destino.

El nuevo programa PartnerPlus Benefit de Lufthansa ofrece a las pequeñas y medianas empresas en España la posibilidad de acumular puntos Benefit por todos los vuelos que realicen con Lufthansa o Lufthansa CityLine en First, Business o Economy Class. De esta forma, la empresa y sus empleados se benefician doblemente, ya que continúan disfrutando de las ventajas del programa individual Lufthansa Miles & More.

**También con PartnerPlus Benefit
acumula millas Miles & More**

PartnerPlus Benefit permite obtener tres diferentes clases de premios por los puntos acumulados: Vuelos de premio, "upgrades" o el contravalor de los puntos en euros. Más información e inscripciones en www.lufthansapartnerplusbenefit.com o en el teléfono 91 384 26 42.

There's no better way to fly.



Lufthansa

A STAR ALLIANCE MEMBER 

MÉXICO

(y III)



MONEDA ÚNICA
Carolina Iglesias

Con esta entrega, se pone fin al informe dedicado al mercado mexicano, que ofrece una visión de la economía de este país tan cercano a España compartiendo tradición, cultura y la misma visión de futuro y progreso para ambas naciones.

La excelencia de las relaciones entre los dos países se ha puesto de manifiesto con la celebración de la VI Reunión de la Comisión Binacional México- España que tuvo lugar en Madrid los pasados días 7 y 8 de abril. El evento congregó a las más destacadas personalidades políticas de ambos Estados con el objeto de incentivar las sociedades mexicana y

A la par con el mercado español



española, así como la relación entre sus principales actores.

El delicado momento por el que atraviesa la agenda internacional otorga un valor aún más elevado a esta Reunión, con el convencimiento por parte de ambos países, de realizar importantes avances en materia de entendimiento político, vinculación económica, colaboración jurídica y cooperación tecnológica.

Cabe agradecer la colaboración que, desde México, se ha brindado para la elaboración de este informe, así como a las entidades mexicanas establecidas en España.



Fe de erratas: En el pasado número de abril, de las doce veces que se utiliza la bandera mexicana para ilustrar el especial de México, aparece en la página 49, por un error informático ajeno a la voluntad de la revista, el escudo del país invertido debido a un error gráfico.

El proyecto de la Administración

Fernando Canales, secretario de Economía.



Canciller Luis Ernesto Derbez, secretario de RR. EE.



Tras el Tratado de Libre Comercio suscrito entre México y la UE, el Secretario de Relaciones Exteriores mexicano declara que “*la combinación ha sido muy favorable para México. Obviamente, nos ha dado no solamente la entrada a todo lo que es Europa, sino también la posibilidad de llevar a cabo intercambios culturales, intercambios técnicos de cooperación y además, un robustecimiento del sistema democrático de México*”. Entre las principales políticas conjuntas a tratar con el Gobierno español, destaca la

problemática terrorista, a cuyo respecto añade Luis Ernesto Derbez: “*El 11 de septiembre demuestra la importancia de tener una política antiterrorista generalizada, bien ubicada, bien planteada. Ésa es una política de seguridad que va a continuar y, en la relación con España, evidentemente, es un asunto central que va en ambas direcciones.*”

Para el Secretario de Economía, la resolución de conflictos es otro de los asuntos claves en el establecimiento de visiones convergentes con el Ministerio de Economía español. Así, explica: “*Queremos restablecer la confianza y la*

renovación política

Fox

ENTREVISTAS CON LOS MINISTROS MEXICANOS DE EXTERIORES;
ECONOMÍA; Y TRANSPORTE Y COMUNICACIONES.



Pedro Cerisola, secretario de Transportes y Comunicaciones.



certidumbre que, hoy por hoy, sin duda, ha causado efectos negativos en todas las economías del mundo (así como en la mexicana) estando tan ligada a la economía norteamericana.” La asignatura pendiente de la actuación económica en México reside en la importante desigualdad social que se sufre entre unas zonas y otras, principalmente, en las regiones agrícolas. Para ello, Fernando Canales garantiza que “*no basta la transformación del entorno político del país; hay una agenda muy importante en la adecuación de México al siglo XXI*”.

Por su parte, Pedro Cerisola, secretario de

Transportes y Comunicaciones, anuncia sus objetivos para esta legislatura: “*El objetivo de la Secretaría de Transportes y Comunicaciones es, en primer lugar, intensificar y optimizar el uso de la infraestructura de la que se dispone y en segundo lugar, buscar la multimodalidad*”. El Secretario está convencido de la necesidad de acelerar las negociaciones en los proyectos acordados con España, por la importancia que cobra el hecho de que “*la puerta de entrada para América pueda ser México y la puerta de entrada para Europa, pueda ser España*”.

Entrevista con:
Luis Ernesto Derbez,
secretario de Relaciones Exteriores de
México



Su experiencia profesional en el ámbito económico ha sido muy sólida. Trabajó, durante catorce años, para el Banco Mundial como responsable de áreas regionales de impacto e interés internacional. Dirigió, definió, ejecutó y supervisó programas de Ajuste Estructural y programas de Apoyo Económico Multilateral. Ha sido también autor principal y supervisor de Reportes Macroeconómicos y Sectoriales de diversos países en las áreas de Finanzas y Banca. De 1997 al año 2000, desempeñó el cargo de consultor independiente de la oficina del Banco Mundial en la Ciudad de México y del Banco Interamericano de Desarrollo en la ciudad de Washington.

A lo largo de su vida profesional, Luis Ernesto Derbez ha combinado sus actividades profesionales con actividades académicas. Ha sido profesor de la Escuela de Graduados en Administración de Empresas del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey y Director de su Departamento de Economía y de la Unidad de Estudios Económicos, entre otros cargos de responsabilidad.

Como miembro del gabinete de presidencia de Vicente Fox, fue titular de la Secretaría de Economía a partir del 1 de diciembre de 2000 y tomó posesión del cargo de Secretario de Relaciones Exteriores dos años después.

Un profundo diálogo en las relaciones bilaterales

EL SECRETARIO DE RELACIONES EXTERIORES MEXICANO CONFÍA LOS RESULTADOS POSITIVOS DE LA VI REUNIÓN BINACIONAL, TRATANDO TAMBIÉN DE OPTIMIZAR LAS EXCELENTE RELACIONES ENTRE AMBOS PAÍSES.

LOS PRINCIPALES EJES EN POLÍTICA EXTERIOR DE MÉXICO, EL INCREMENTO DEL FLUJO COMERCIAL CON LA UE Y LAS DIFERENTES POSTURAS ADOPTADAS EN EL CONSEJO DE SEGURIDAD ANTE EL CONFLICTO EN IRAQ, SON ALGUNAS DE LAS CUESTIONES FUNDAMENTALES QUE ABORDA SU SECRETARÍA.

◆ MONEDA ÚNICA

- ¿Qué se espera de la VI Cumbre Binacional entre España y México?

Lo primero, una reanudación normal de la celebración de estas cumbres, que es producto de la gran integración cultural y económica que existe entre las dos naciones.

Para nosotros, lo importante hoy es cerrar una serie de acuerdos en el contenido cultural, educativo y profesional, además de cerrar la cooperación en foros internacionales y multilaterales de México y España, que es parte de nuestra lección y diálogo políticos. Se trata de profundizar en la relación personal, fomentando un diálogo más allá de los acuerdos.

Actualmente, puede haber diferencias en nuestra visión de la situación de Iraq, pero el hecho de que exista un diálogo profundo entre los dos países, permite que transmitamos nuestras posturas sin ambigüedades y,

al mismo tiempo, nuestros puntos de convergencia, que son muchos, en este mismo conflicto.

- ¿Cuál es la política de seguridad internacional que va a adoptar México y los acuerdos previstos, en este sentido con España?

México está en contra del terrorismo sin miramientos. El 11 de septiembre demuestra la importancia de tener una política anti-terrorista generalizada, bien ubicada, bien planteada. Ésa es una política de seguridad que va a continuar y, en la relación con España, evidentemente, es un tema central que va en ambas direcciones. Pero no es un asunto bilateral, insisto en que es un tema multilateral.

Hemos firmado todos los acuerdos antiterroristas de Naciones Unidas. En ese contexto, debemos seguir trabajando energéticamente y hacer una modificación de la relación legal y necesaria para robustecer el

- A deep dialogue in the bilateral relations

- What is it expected from this VI Binational Summit between Spain and Mexico?

First thing, a normal renewal of the important celebration of these summits that is product of the great cultural and economic integration that exists among the two nations.

For us, it is important to close a series of agreements in the cultural, educational and professional content, besides closing the cooperation in international and multilateral forums between Mexico and Spain that is part of our political dialogue. It is to deepen in the relationship at a personal level that allows to have a dialogue beyond the agreements.

At the moment, there can have differences in our vision of the situation of Iraq, but the fact that a deep dialogue exists among the two countries, it allows us to transmit our postures without ambiguities and, at the same time, our convergence points that are many, in this same conflict.

- Which are the international security policies that Mexico will adopt and the agreements foreseen in this sense with Spain?

Mexico is against terrorism without considerations. September 11 demonstrates the importance of having an outlined anti-terrorist policy. That is a security policy that will continue and, in the relationship with



Luis Ernesto Derbez en un momento de la entrevista.

impacto de nuestras acciones comunes con España en la lucha contra el terrorismo.

- ¿Cuál es el criterio, tanto de México como el suyo particular, no del conflicto sino de la guerra en Iraq?, ¿cuál es su visión de la postura adoptada por España?

El Presidente Fox declaró muy claramente que México hubiera preferido una solución pacífica. Nosotros intentamos impulsar la continuación de las inspecciones para llegar a lo que es el objetivo de todo: el desarme de Iraq, en términos de armas de destrucción masiva.

Yo interpreto que hubo primero, una interpretación diferente de las resoluciones tomadas por el Consejo de Seguridad de Naciones Unidas y segundo, que fue el tema principal de la aguda preocupación por el concepto terrorista de algunas naciones con respecto a otras. Es una pena que este conflicto no permitiera encontrar una solución

consensuada en el Consejo de Seguridad.

Si se observa, toda la acción del Gobierno español siempre se orientó a encontrar una solución dentro del marco del Consejo de Seguridad. Sin embargo, tiene una interpretación distinta de la nuestra, de lo que las resoluciones llevadas a cabo en el Consejo, implicaban como conclusión de la búsqueda del multilateralismo.

Nosotros respetamos claramente la posición del Gobierno español como respetamos la de los Estados Unidos o de cualquier otro país como Gran Bretaña, aunque no compartamos su interpretación.

“PRETENDEMOS ESTABLECER UN DIÁLOGO QUE VAYA MÁS ALLÁ DE LOS ACUERDOS”

Ahora planeamos trabajar en conjunto, para intentar llevar a cabo, de manera coordinada, un programa que nos permita ver el futuro: la ayuda humanitaria, la reconstrucción del país y la validación, en su momento de una estructura política correcta en Iraq. En eso estamos trabajando, buscando no recriminar, sino más bien resolver y traer de nuevo al seno de la ONU estas decisiones.

- En este momento, México juega un papel integrador importante en América Latina, como en ese puente entre América Latina y la UE y la futura UE, ¿cuál es la posición que va a mantener México en un futuro próximo?, ¿cuál va a ser el mapa político definitivo?

En nuestra política exterior, hay actualmente tres ejes muy importantes. El primero, es el eje de la recuperación de relaciones en Latinomérica, Centroamérica y el Caribe. Tenemos que impulsar mucho más una ➤

Spain, evidently, it is a central topic but it is not a bilateral topic, I insist that it is a multilateral topic. We have signed all the antiterrorism agreements of United Nations. In that context, we should continue working vigorously and making a modification of the legal relationship necessary to strengthen the impact of our common actions with Spain in the fight against terrorism

- What is the opinion, as for Mexico and yourself, about the war in Iraq and the posture adopted by Spain?

President Fox declared very clearly that Mexico had preferred a peaceful solution. We tried to impel

the continuation of the inspections to arrive to what is the objective of everything: the disarmament of Iraq, in terms of weapons of massive destruction. I interpret it as that there was first, a different interpretation from the resolutions taken by the Security Council of United Nations and second, as the main topic of the sharp concern for the terrorist concept of some nations with regard to others. It is a shame that the Security Council didn't reach any solution to the conflict by consensus. It can be seen that the Spanish Government's action was always guided to find a solution inside the mark of the Security Council. However, it was a different interpretation from ours,

of what the resolutions carried out in the Council implied as conclusion of the search of the multilateralism. We respect the Spanish Government's position clearly as we respect that of the United States or of any other country like Great Britain, although we don't share their interpretation. Now we plan to work on the whole, to try to carry out, in a coordinated way, a program that it allows us to see the future: humanitarian help, reconstruction of the country and the validation in their moment of a correct political structure in Iraq. In that, we are working, looking for not to recriminate, but rather to solve and to bring to the breast of the UN again these decisions.

relación de hermanazgo con estos países que habían quedado, fuera de nuestro círculo de relación internacional. En este punto, es muy importante España. Porque si trabajamos conjuntamente, el Gobierno español con el Gobierno mexicano, podemos robustecer aún más esa presencia mexicana, que se añadiría con la presencia española.

El segundo eje es Asia. Nuestra relación con el Gobierno chino hoy, no se reduce únicamente a la parte económica. Planteamos llevar a cabo una mayor integración de relaciones diplomático-políticas, de participaciones conjuntas en foros multilaterales y por supuesto, de la parte de mercado en Asia.

También estamos cerrando la derecha geográfica con Japón, tratando de firmar un Tratado de Libre Comercio que, si se lograra hacia finales de este año, nos permitiría tener una puerta de acceso y entrada a la región asiática muy importante, considerando los contactos que tiene Japón con el resto de Asia.

Y estamos pensando que tendría que haber un tercer país en esta relación con Asia que podría ser Malasia, Tailandia o Indonesia. Cerrariamos con ello una especie de puente en la parte cultural, política, diplomática y en la parte comercial.

Tradicionalmente, hemos tenido una relación muy fuerte con Europa, pero ésta ha sido seleccionada. En realidad, ha sido con Francia, con Inglaterra y con España. Actualmente, estamos manteniéndola con la UE y hay una preocupación personal, no del Gobierno, sino del Canciller, de cómo se van a desarrollar estas posibilidades. Ojalá que el hecho de que ellos estén absorbiendo a estas nuevas diez naciones no cause una distracción de Europa con respecto a América Latina y en particular, a México.

Nuestra relación con Estados Unidos no va a cambiar, es una relación muy profunda

que difícilmente se va a alterar en los próximos años, de modo que ése en sí ya es un eje constante y eso ofrece el poner las cuatro ruedas al carro que queremos confeccionar en política exterior.

- ¿No cree que podría aprovecharse el momento histórico de la próxima ampliación de la UE para que España y México

- ¿Cómo calificaría las relaciones diplomáticas entre ambos países y cuáles son los puntos de encuentro y desencuentro en la política exterior mexicana con la española?

Las relaciones son excelentes. La relación entre el Gobierno del Presidente Aznar y el Gobierno del Presidente Fox ha



Luis Ernesto Derbez posee una amplia y sólida experiencia en el campo económico.

jugaran un papel más importante a la hora de enraizar esas relaciones entre los dos continentes?

Sin duda, y eso fue lo que platicamos hoy en la reunión que tuvimos con la Subcomisión política presidida por la ministra española de Asuntos Exteriores, Ana Palacio.

En la actualidad, ambos países mantenemos muchas reuniones, pero no obtenemos la efectividad que esperamos de esas reuniones. Ésto mencionaron los presidentes y primeros ministros en la última Cumbre Iberoamericana en la República Dominicana.

sido, es, y estoy convencido de que será, excelente.

Compartimos la visión de cómo debe ser este puente entre España y América Latina. Compartimos cultura, tradición pero además visión de futuro. Compartimos la lucha contra el terrorismo y, quizás, la única diferencia perceptible es la interpretación al respecto de las resoluciones del Consejo de Seguridad.

Al observar la dimensión de la relación entre ambos Presidentes y Gobiernos y la cooperación que estamos manteniendo con los acuerdos de cooperación técnica y las

- Talking about Mercosur, which is the position that Mexico will maintain in a next future?

In our foreign policy there are three very important axes. The first one, is the recovery of relationships in Latin America, Central America and the Caribbean. We have to impel much more united relationship with these countries that had been, relatively, outside of our circle of international relationship. The second axis is Asia. Our relationship with the Chinese Government today is not only an economic one, we want to carry out a bigger integration of the diplomatic and political relationships, of combined participations in multilateral forums and, of course, of the market in Asia. We are also trying to sign a Free Trade Agreement with Japan that if it was achieved at the end of this year, it would allow us to have an open door and entrance to the very

important Asian region, considering the contacts Japan has with the rest of Asia. And we are thinking that there would be a third country in this relationship with Asia that could be Malaysia, Thailand or Indonesia. Traditionally, we have had a very strong relationship with Europe, but this has been selected. In fact, it has been with France, with England and with Spain. At the moment, we are maintaining it with the EU and there is a personal concern, not of the Government but of the Chancellor, of how they will develop these possibilities. Hopefully, the enlargement won't cause any distraction in Europe with regard to Latin America and, in particular, to Mexico. Our relationship with the United States won't change, it is a very deep relationship.

- At present, when the enlargement of the EU is taking place, could not Spain and Mexico play and

important role in tightening the relations between both continents?

Without a doubt, and that was what we chat today in the meeting we had with the political Subcommittee presided over by the Spanish minister of Foreign Affairs, Ana Palacio. At present, both countries maintain many meetings, but we don't obtain the effectiveness we expect from them. That was mentioned by the presidents and prime ministers in the last Latin American Summit in the Dominican Republic.

- What do you think about the diplomatic relationships between both countries?

The relationships are excellent. The relationship among the Government of President Aznar and the Government of President Fox has been, it is and I am convinced that it will be, excellent. We share the vision

inversiones de España en México, comprobamos que todo es tan positivo que lo negativo no cuenta o no lo vemos.

- ¿Cree que la OTAN se está desvirtuando en su propia esencia o razón de ser al ser una constante la adhesión de distintos países que nada tienen que ver con lo que ha sido siempre esa organización?

Nuestra visión es más profunda y el Presidente Fox la ha marcado con claridad durante toda su actuación.

México en 2001 anuncia su retirada del Tratado de Asistencia Mutua o Recíproca (TIAR) en América y declara que el concepto de seguridad regional ya no es un concepto que deba ser vislumbrado únicamente a la luz de la seguridad militar, sino que deberían incluirse otros asuntos.

En este momento, México reclama su salida del TIAR, brindando la oportunidad de discutir, a nivel regional, cómo debería ser una estructura de seguridad que incluya los contenidos que ahora son cotidianos: narcotráfico, la cuestión paramilitar, salud, empleo, migración; es decir, hay una serie de asuntos de seguridad nacional que están tomando vigencia en este siglo XXI y que en el pasado no existían.

Y ese es el nuevo concepto, la visión de nuestro Presidente. No creo que sea una crítica a la OTAN o a TIAR. Es un manifiesto que aboga por una serie de asuntos que, en este mundo globalizado, se han convertido en temas de seguridad nacional que, previamente, no existían.

- ¿Qué ha significado para México el Tratado de Libre Comercio con la UE? y ¿cuáles son los proyectos o acuerdos existentes para incrementar esas relaciones de México con la UE?

El Acuerdo de Libre Comercio con la UE ha significado mucho para México, porque va más allá de un acuerdo de libre comercio



El Canciller Luis Ernesto Derbez, posa junto con el Presidente del Consejo Editorial de la Revista, Alfredo Rambla, tras la entrevista concedida a Moneda Única.

tradicional. Así, aparte de la situación económica, también se ha manejado un concepto de giro político y de cooperación económico - tecnológica.

La combinación ha sido muy favorable para México, obviamente. Nos ha dado, no solamente la entrada a todo lo que es Europa, sino también la posibilidad de llevar a cabo intercambios culturales, intercambios técnicos de cooperación y además, un robustecimiento del sistema democrático de México.

Estamos buscando cerrar los asuntos, sobre todo, de cooperación tecnológico-educativa. Hemos considerado el empate entre la estructura legal mexicana, en aspectos tan importantes como patentes, protección industrial, etcétera; con el equivalente en Europa. Si lo logramos, vamos a ofrecer garantías a los inversionistas de cualquier parte del mundo, en este caso de la UE, para

que los acuerdos que firmen la protección de sus derechos y de sus patentes, sean automáticamente convalidados por estas relaciones legales.

- ¿El hecho de homologar estas conductas y aptitudes industriales tiene alguna parte negativa?, ¿se ve claramente el aspecto positivo de este mercado globalizado?

Sin duda. Cuando nosotros dispongamos de estas facilidades, vamos a permitir a los empresarios mexicanos, a los empresarios europeos, a los españoles particularmente, el que puedan hacer planes de inversión con absoluta libertad, de relación comercial, de protección de sus garantías, en los casos de investigación, en los de derecho y de propiedad. Nos va a proporcionar el acceso a tecnologías mucho más modernas y confiables que mejorarán los procesos de producción en ambas partes. ■

of how this bridge should be between Spain and Latin America. We share culture, tradition but also a view of future. We share the fight against the terrorism and, maybe, the only perceptible difference is the interpretation in this respect of the resolutions of the Security Council. When observing the dimension of the relationship between both Presidents and Governments and the cooperation that we are maintaining with the agreements of technical cooperation and the investments of Spain in Mexico, we see that everything is so positive that the negative thing doesn't count or we don't see it.

- In occasions NATO is counteracting in its constant adhesion of different countries that have nothing to do with what has always been the organization.

Our vision is deeper and President Fox has marked

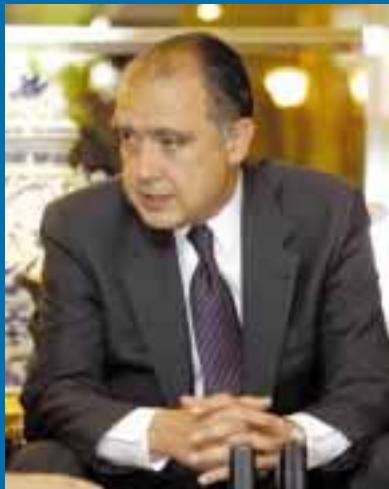
it with clarity. Mexico in 2001 announced its retirement of the Treaty of Mutual or Reciprocal Attendance (TIAR) in America and it declared that the national security concept is no longer a concept that should be any more a military matter, but rather other ones should be included. At this time, Mexico claims its exit of the TIAR, offering the opportunity to discuss, at a regional level, how a security structure should be, that included the contents that now are daily: drug traffic, the paramilitary question, health, employment, migration; that is to say, there is a national series of security matters which are taking validity in this XXI century and that in the past didn't exist. I don't believe that it is a critic to the NATO or TIAR, it is a manifesto that pleads for a series of matters that, in this globalized world, they have become national security topics that

previously didn't exist.

- What has it meant for Mexico the Treaty of Free Trade with the EU? and which are the projects or existent agreements to increase those relationships of Mexico with the EU?

The Agreement of Free Trade with the EU has meant a lot for Mexico, because it goes beyond an agreement of free traditional trade. This way, apart from the economic situation, a concept of political turn has also been managed and of economic and technological cooperation. The combination has been very favorable for Mexico, obviously; it has given us not only the entrance to Europe, but also the possibility to carry out cultural exchanges, technical exchanges of cooperation and also, a robustecimiento of the democratic system of Mexico.

Entrevista con:
**Fernando Canales
Clariond,**
secretario de Economía de México



Fernando Canales Clariond cuenta con una amplia experiencia tanto en el sector privado como en la Administración Pública.

En el sector privado, fue Director General Adjunto y Vicepresidente del Consejo de Administración del Grupo IMSA, y ocupó cargos diversos en consejos de administración de empresas de Estados Unidos, Colombia, Venezuela, Brasil, Argentina y Chile.

Ha participado en organismos públicos y privados, siendo Presidente de la Federación de Cámaras de Comercio y de la Cámara de Comercio de Nuevo León, así como Vicepresidente de la Confederación Nacional de Cámaras de Comercio. En noviembre de 1978, comenzó su actividad política formal. Como miembro del Partido, ha sido un elemento muy activo. Entre otros cargos políticos, Canales fue diputado federal de 1979 a 1982, consejero nacional y estatal del PAN de 1980 a 2000 y miembro del Comité Nacional de ese partido de 1987 a 1990.

El 6 de julio de 1997, fue elegido Gobernador del Estado de Nuevo León por el voto de la ciudadanía. Desde enero de 2003, Fernando Canales ocupa el cargo de Secretario de Economía.

Pendientes de completar la reforma económica

LA SECRETARÍA DE ECONOMÍA APUNTA TRES ASPECTOS FUNDAMENTALES, ABORDADOS EN LA VI REUNIÓN BINACIONAL CON EL GOBIERNO ESPAÑOL: AUMENTO DEL FLUJO COMERCIAL, AUMENTO DE LAS INVERSIONES Y RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS QUE, EXCEPTUANDO LAS REPERCUSIONES ECONÓMICAS DE LA GUERRA A IRAQ, SON INHERENTES A CUALQUIER RELACIÓN BILATERAL. EL DESARROLLO ECONÓMICO DE LAS ZONAS AGRÍCOLAS MEDIANTE LA SUPRESIÓN DE MÉTODOS PRODUCTIVOS TRADICIONALES ES UNO DE LOS OBJETIVOS DE LA SECRETARÍA QUE DESTACA ADEMÁS LAS IMPORTANTES REFORMAS MACROECONÓMICAS ACONTECIDAS DURANTE EL MANDATO DE VICENTE FOX.

◆ MONEDA ÚNICA

- ¿Cuáles han sido las conclusiones de la entrevista mantenida con el Presidente del Gobierno español, en el contexto de la VI Reunión Binacional entre España y México?

Celebramos 25 años de la reanudación de las relaciones diplomáticas con España. Uno de los acuerdos que tenemos en la estrategia de acercamiento y de aprovechamiento de las oportunidades que ofrece la positiva relación que ha existido siempre entre México y España, estriba en la celebración periódica de las reuniones binacionales.

En el área de la Secretaría de Economía, lo fundamental son tres aspectos. El primero, incrementar los niveles de comercio; en segundo lugar, los volúmenes de inversión; y

por último, la resolución de conflictos.

Desde que entró en vigor el Tratado de Libre Comercio entre México y la UE, las cifras de intercambio se han incrementado en porcentajes verdaderamente atractivos. El comercio bilateral suma más de 20 millones de dólares, de manera que en ese sentido, estamos satisfechos; pero al mismo tiempo, no estamos contentos, porque, dado el potencial de la UE y México, los volúmenes podrían ser sustancialmente mayores. Aspiramos a cifras similares a las que tenemos con América del Norte (Estados Unidos y Canadá). México ha desarrollado una capacidad industrial en calidad y precio de productos a un nivel verdaderamente competitivo internacionalmente y a la vez, un mercado hábil en consumir los mejores productos que se fabriquen en otros lugares del mundo.

— Waiting to complete the economic reform —

- Which have the results of the interview with the Spanish Government's President, in the relation to the VI Binacional Meeting between Spain and Mexico?

We celebrate 25 years of the renewal of the diplomatic relationships with Spain and one of the agreements that have in the approach strategy and of use of the opportunities is that it offers the positive relationship that has existed always between Mexico and Spain, it rests in the periodic celebration of meetings.

In the area of the Secretary of Economy, the fundamental thing has three aspects. The first one, to increase the trade levels; in second place, the investment volumes; and lastly, the resolution of conflicts.

Since the Treaty of Free Trade went into effect between Mexico and the EU, the exchange figures have been increa-

sed in truly attractive percentages. The bilateral trade sums more than 20 million dollars, so that in that sense, we are satisfied; but at the same time, we are not happy, because, given the potential of the EU and Mexico, the volumes could be substantially bigger. We aspire to similar figures to those that we have with the USA and Canada. Mexico has developed an industrial capacity in quality and price of products at a truly competitive level internationally and, at the same time, a skilled market in consuming the best products that are manufactured in other places of the world.

On the other hand, it was mentioned the resolution of conflicts. Given the volume that we have, the conflicts are smaller and they are given in some areas like tuna, squid, ceramic products, tequila and hams. Also a problem smaller than sanitary type, for negotiation of shares and of labelling.



Fernando Canales explica las principales líneas de acción adoptadas por la Secretaría de Economía.

Por otra parte, mencionaba la resolución de conflictos. Dado el volumen que tenemos, los conflictos son menores y se dan en algunas áreas como el atún, calamar, productos cerámicos, tequila y jamones. También un problema menor de tipo sanitario, por negociación de cupos y de etiquetación.

Las conclusiones han sido dar una solución a cada uno de estos problemas y, por otro lado, plantear una estrategia de agresividad en lo que respecta al incremento de los volúmenes comerciales.

En particular con España, en el año 2002, el intercambio entre ambos países fue del orden de 3.600 millones de dólares, con la balanza favorable a España en unos 750 millones. Las exportaciones mexicanas se concentran en el petróleo con el 80% del total, apenas el 20% de manufacturas y productos agropecuarios.

The conclusions have been to give a solution to each one of these problems and, on the other hand, to outline a strategy of aggressiveness in what concerns to the increment of the commercial volumes.

In particular, with Spain, in year 2002, the exchange between both countries were of the order of 3.600 million dollars, with the favorable scale to Spain in about 750 millions. The Mexican exports concentrate on the petroleum, 80% of the Mexican exports is this way petroleum, hardly 20% of factories and agricultural products.

The strategy was very defined. We don't have anything against the export of petroleum, but we want to increase the factories.

On the other hand, Spain has become the second country as soon as the origin of our investments, after the United Sta-

La estrategia quedó bien definida. No tenemos nada en contra de la exportación de petróleo, pero queremos incrementar las manufacturas.

Por otro lado, España se ha convertido en el segundo país en cuanto a la procedencia de nuestras inversiones, después de los Estados Unidos y antes que Holanda, con un total de 4.600 millones de dólares desde 1994 hasta la fecha, principalmente, en los ramos enérgico, de telecomunicaciones, banca comercial, manufacturas y comercio del país. Con la salvedad de los bancos comerciales, los demás tienen capital importante en los grandes bancos españoles.

Hay inversiones mexicanas importantes en España igualmente, no en la misma proporción, pero significativas, en cemento, farmacéutica y manufacturas, y queremos incrementarlas.

tes and before Holland, with a total of 4.600 million dollars from 1994 so far, mainly, in the fields enérgico, of telecommunications, commercial banking, you manufacture and domestic trade. With the exception of the commercial banks, the other ones have important capital in the big Spanish banks.

There are important Mexican investments equally in Spain, not in the same proportion, but significant; in cement, farmacéutica and factories, and we want to increase them. We have also spoken with the Spanish Government's President, of the desire that we have all that it finishes the conflict as soon as possible in Iraq, to contribute all through UN, to their reconstruction. We want to reestablish the trust and the certainty that, today per today, without a doubt, it has caused negative goods in all the economies of the world, as well as

Hemos hablado también con el Presidente del Gobierno español del deseo que tenemos todos de que termine lo antes posible el conflicto en Iraq, para contribuir, a través de Naciones Unidas, a su reconstrucción. Queremos restablecer la confianza y la certidumbre que, hoy por hoy, sin duda, ha causado efectos negativos en todas las economías del mundo, así como en la mexicana, estando tan ligada a la economía norteamericana.

- ¿Cuáles son los sectores de actividad empresarial que va a potenciar la Secretaría de Economía mexicana?

En la Administración del Presidente Fox, hemos seleccionado dos ramas de la actividad industrial, que son las que mayoritariamente contribuyen a la generación del PIB, de empleos y de exportaciones. En cada una de ellas estamos trabajando junto con el sector privado para establecer una política ►

in the Mexican, being so bound to the North American economy.

- Which are the sectors of managerial activity that it will potentize the Secretary of Mexican Economy?

In the Administration of President Fox, we have selected two branches of the industrial activity that are those that mostly contribute to the generation of the GDP, of employments and of exports. In each one of them, we are working together with the private sector, to establish an industrial politics.

We have been devoted to the industry export assembly plant, the self-driven industry and autopartes, the sector manufacturer, the textile industry and of making, leather and footwear, software and an industry services. They are the five branches in which we have already concluded a made aware

industrial.

Nos hemos dedicado a la industria maquiladora de exportación, la industria automotriz y autopartes, el sector manufacturero, la industria textil y de confección, cuero y calzado, software y una industria de servicios. Son las cinco ramas en la que ya hemos concluido un proceso concienciado de consulta e instrumento. Con un esquema similar, estamos trabajando en otras siete áreas, en las que puntualizamos las acciones y los programas desde la perspectiva del Gobierno y desde la perspectiva del sector productivo.

Esto se inscribe dentro de la estrategia nacional en dos vertientes: la internacional, en el sector exportador de México que ya significa la tercera parte del PIB, y en el mercado nacional. Somos 100 millones de mexicanos, de los cuales, un 60% participamos en el sector moderno de la economía, lo que significa que 40 millones de mexicanos viven todavía en zonas económicas de subsistencia.

- ¿Qué medidas se van a tomar para que se produzca el desarrollo económico, sobre todo, en esas zonas marginadas que además, están focalizadas dentro del país?

Están focalizadas, principalmente, en el área agrícola. En los tres meses que llevo de Secretario de Economía, hemos estado negociando, junto con la Secretaría de Gobernación y la de Agricultura, un valioso documento que hemos llamado el Acuerdo Nacional para el Campo. Éste es un documento en el que se replantean las políticas públicas en las acciones de los propios productores.

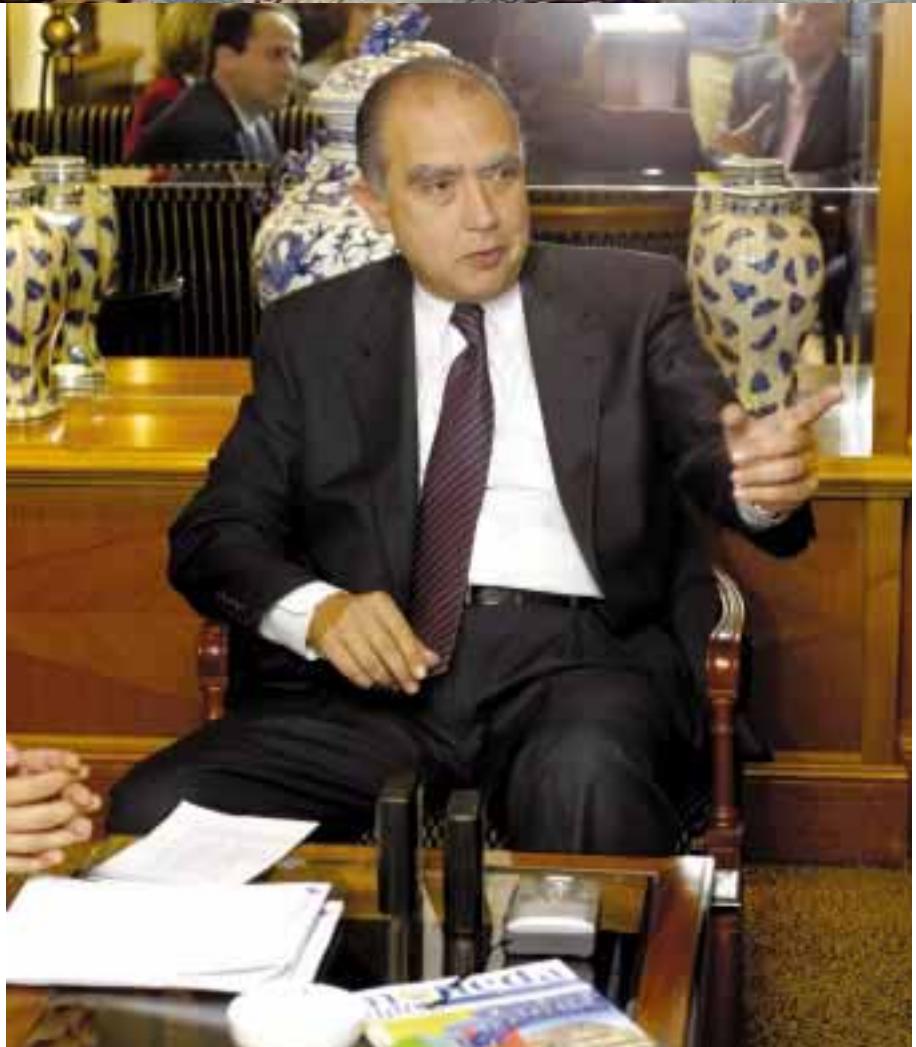
De 25 millones de mexicanos que viven en el campo, el 75% tienen parcelas muy pequeñas para los estándares mexicanos, con una producción que sirve para vivir, no para negociar. Es un asunto complejo.

- ¿No cree que habría que tender a per-

process of consultation and instrument. With a similar outline, we are working in other seven areas, in those that we remark the stocks and the programs from the Government's perspective and from the perspective of the productive sector. This registers inside the national strategy in two slopes: the international one, in the sector exporter of Mexico that already means the third part of the GDP; and in the domestic market. We are 100 million Mexicans, of those which, 60% participates in the modern sector of the economy, what means that 40 million Mexicans still live in economic areas of subsistencia.

- How crash measures will take so that the economic development takes place, mainly, in those marginal areas that, is focalizadas also, inside domestic?

In the three months that I take secretarial of Economy, we have been negotiating, together with the Secretary of Government and that of Agriculture, a valuable document that we have called the National Agreement for the Field.



El Secretario de Economía apuesta por constituir a México como una de las naciones más desarrolladas del mundo.

der la tradicional forma de cultivar las tierras y destinar ese capital humano a otros menesteres, aun dentro de la agricultura?

Definitivamente sí. He vivido en México cuando el 75% de la población estaba en el campo y el 25% en la ciudad. Ahora es al revés. El 75% vive en la ciudad, donde hay marginación pero con un porcentaje sustancialmente menor. Hay mayores oportunida-

des de generar valores segregados y en consecuencia, ingresos para quienes trabajan en ese sector de la economía.

Hay estados, como en el que fui gobernador, Nuevo León, o como Coahuila, o Distrito Federal, donde tenemos una población urbana del orden del 94%. De hecho, con el 6% de la población nacional se podría producir lo suficiente en el campo, siendo que en

This is a document in which you/they reconsider the policies of the law in the stocks that the own producers carry out.

Of 25 million Mexicans that live in the field, 75% has very small parcels for the Mexican standards, with a production that is good to live, it doesn't stop to negotiate. It is a complex matter.

- Do not you believe that, like it has happened with the Agrarian Politics's reconversion in Europe, would it be necessary to spread to lose the traditional form of to cultivate the lands and to dedicate that human capital to other tools, even inside the agriculture?

Definitively yes. I have lived in México during the population's 75% it was in the field and 25% in the city. Now it is the other way around. 75% lives in the city, where there is marginación but with a percentage substantially smaller. There are bigger opportunities to generate segregated securities and in consequence, revenues for those who work in that sector of the economy.

There are states, like in the one that was governor, New Leon, or Coahuila, or Federal District, where we have an urban population of the order of 94%. In fact, with the national population's 6% it could take place enough in the field, being that in the European Community, and in United States it is of the order of 3%.

There is a program in the Secretary of Agriculture that calls you the productive reconversion, directed to change the traditional methods. This way, the Mexican diet is based on the corn, with very productive lands for its cultivation that you/they produce 10 tons for hectare. However, there are others that produce 300kg for hectare, for what you/they are not good for the production of the corn and they should have other functions, the same as the farmers.

The diversity of the industrialization has not gone equal that the population's growth, or of the havocs that we had. Our escape valve is the emigration to the United States, at the present time, there are around 20 million Mexicans that

la Comunidad Europea, y en Estados Unidos es del orden del 3%.

Hay un programa en la Secretaría de Agricultura que se llama la reconversión productiva, dirigida a cambiar los métodos tradicionales. Así, la dieta mexicana está basada en el maíz, con tierras muy productivas para su cultivo que producen diez toneladas por hectárea. Sin embargo, hay otras que producen 300 kg por hectárea, por lo que no sirven para la producción del maíz y deben tener otras funciones, al igual que sus agricultores.

La diversidad de la industrialización no ha ido a la par que el crecimiento de la población. Nuestra válvula de escape es la emigración a los Estados Unidos. En la actualidad, hay alrededor de 20 millones de mexicanos que viven en los Estados Unidos, buena parte de ellos de emigración reciente. La razón fundamental de esa emigración es que en México no han encontrado una manera de subsistir.

- ¿Qué herramientas posee la Secretaría de Economía mexicana para potenciar a las empresas? y ¿cuál es la relación que tiene la Secretaría de Estado con nuestro Ministerio de Economía?

La estructuración del aparato público mexicano señala que tenemos cuatro bancos de desarrollo: Nacional Financiera, que financia industria, comercio y pymes; Bancomext, que financia las exportaciones; Banobras, que financia las entidades del sector público y Financiera Rural. Éstos están coordinados por la Secretaría de Hacienda, con la que, obviamente, partipamos en la coordinación para el establecimiento de las políticas. Tienen sus propias fuentes de captación, captan esencialmente a través de los sistemas de las bolsas de valores mexicana e internacional.

Las reuniones mantenidas con el Presidente de Gobierno Aznar, con el Ministro Rato y

con el secretario de Estado, Juan Costa, han sido realmente muy positivas.

- ¿Qué modelo macroeconómico podría incorporarse en México para la consecución del crecimiento y evolución de la sociedad mexicana?

En los últimos años, México ha logrado avances muy importantes en la transformación de su estructura social. Uno de ellos es el aspecto político.

Anteriormente, las elecciones en nuestro país no tenían formalidad, se sabía de antemano qué partido iba a ganar, pero gracias, esencialmente al trabajo y la convicción de los mexicanos, ésto se ha cambiado y los partidos políticos se alternan y respetan en las elecciones se gana y se pierde.

Pero no basta la transformación del entorno político del país, hay una agenda muy importante en la adecuación de México al siglo XXI. En primer lugar, el asunto fiscal. La iniciativa de Ley del Presidente Fox, no pasó al Congreso. Hay un sistema, si bien con algunas modernidades como el IVA, que todavía es muy complejo y que no genera suficientes recursos al Gobierno.

El segundo aspecto es la reforma energética. Desde los años 30 del siglo pasado, por una razón histórica y social (justificada en mi opinión) se estableció que, a través de la

you/they live in the United States, good part of them of recent migration. The fundamental reason of that emigration is that in Mexico they have not found a way to subsist.

- What tools does it possess the Secretary of Mexican Economy to potentialize to the companies? and which is the relationship that has the Secretary of State with our Ministry of Economy?

The structuring of the Mexican public apparatus points out that we have four development banks: National Financial that finances industry, trade and small and medium size business; Bancomext that finances the exports; Banobras that finances the entities of the public sector and the Financial one Rural. These are coordinated by the Secretary of Treasury, with the one that, obviously, partipamos in the coordination for the establishment of the politicians. They have their own reception sources, they capture essentially through the systems of the Mexican and international stock exchanges. The meetings maintained with President Aznar, with the Secretary for State,

Juan Costa, have been really very positive

- What macroeconomic model could be incorporated in Mexico or which will he/she incorporate from the Secretary to arrive to a good term, adaptive to the growth and evolution of the Mexican society?

In the last years, Mexico has achieved very important advances in the transformation of its social structure, one of them, is the political aspect.

Previously, the elections in our country didn't have formality, it was known ahead of time how party will win, but thank you, essentially, to the work and the conviction of the mexican, it has been changed and the political parties are alternated, in the elections it is won and he/she gets lost and the political parties are respected.

But the transformation is not enough of the domestic political environment, there is a very important calendar in the adaptation from Mexico to the XXI century. In the first place, the fiscal matter. The initiative of law of President Fox didn't



Comisión Federal de Electricidad, se manejan los energéticos. El Gobierno con sus empresas, no tiene capacidad financiera. Necesitamos hacer los cambios de ley para que participe el sector privado nacional e internacional.

La tercera, de menor importancia, es la laboral. La nueva ley ha dado sus frutos y ha habido avances importantes, pero todavía tiene una serie de rigideces para la flexibilidad que requiere el esfuerzo productivo del ciudadano.

Hay otros asuntos pendientes, pero éstos son los fundamentales para que México haga su reforma en materia económica y se adecúe a la actuación de las naciones más desarrolladas del mundo. ■

pass to the Congress, there is a system, although with some modernities like the VAT, still very complex and that it doesn't generate enough resources to the Government.

The second aspect is the energy reformation. From the years 30 of last century, for a historical and social reason, justified in my opinion, he/she settled down that through the Federal Commission of Electricity, the energy ones were managed. The Government with his companies doesn't have financial standing, we need to make the law changes so that it participates the national private sector and internaciona.

The third, of smaller importance, are the labor one. The new law has given its fruits and there have been important advances, but he/she still has a series of rigidities for and the flexibility that requires the citizen's productive effort.

There are other unfinished business, but these are the fundamental ones so that Mexico makes its reformation in economic matter and it is adapted to the performance of the most developed nations in the world.

Entrevista con:
Pedro Cerisola Weber,
secretario de Transportes y
Comunicaciones



Su compromiso con el proyecto de nación del entonces candidato a la Presidencia, Vicente Fox, se hizo evidente cuando aceptó ser Coordinador General de su campaña electoral.

Pedro Cerisola tiene una amplia experiencia en el sector de comunicaciones y transportes. Durante cinco años, trabajó en Aeropuertos y Servicios Auxiliares y en Proyectos y Planeación en la Gerencia General del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México.

Fue Director de Transporte y Control Aeronáutico en la Secretaría de Comunicaciones y Transportes a mediados de la década de los ochenta. A finales de la misma, fue Director General de Aerovías de México. Trabajó además durante ocho años en Teléfonos de México S.A. asumiendo diversos cargos.

Ha ejercido como profesor en la Facultad de Arquitectura de la UNAM y fue Consejero en la institución financiera SERFIN.

Es miembro del Comité Ejecutivo International Air Transport Association (IATA) y del Comité Ejecutivo World Travel & Tourism Council (WTT).

“México y España cohesionan Norteamérica y la UE”

EL SECRETARIO DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES DE MÉXICO CONFIRMA LA EVOLUCIÓN DEL PAÍS EN MATERIA DE INFRAESTRUCTURA, DEBIDA EN GRAN MEDIDA, A LA INICIATIVA PRIVADA. LOS PROYECTOS DE LA SECRETARÍA MEXICANA CON ESPAÑA APUNTAN A UNA EFECTIVA MULTIMODALIDAD QUE OPTIMICE LOS INTERCAMBIOS Y ACCESOS ENTRE NORTEAMÉRICA Y LA UE.

DE SUS PRINCIPALES APUESTAS, DESTACA LA CONECTIVIDAD INFORMATIVA COMO CLAVE EN EL DESARROLLO DE LAS COMUNICACIONES.

◆ MONEDA ÚNICA

- ¿Cómo se ha llevado a cabo, en México, la captación del capital privado para modernizar y ampliar las infraestructuras de transportes y comunicaciones?

Desde el principio de la Administración del Presidente Fox, se mantiene que pretender que el Gobierno pueda hacerlo todo por sí solo es imposible. Es por ello que, incluso desde su campaña electoral, el Presidente siempre anunció que íbamos a gobernar junto con la sociedad, como un gobierno democrática. No solamente en los procesos electorales, sino también en los procesos de ejecución de las decisiones.

Así, para cada obra de infraestructura, se busca una vía alternativa de financiación, para prescindir del financiamiento fiscal,

que es donde se ha venido apoyando la tradición permanente en el país a lo largo de los años.

El presupuesto de la Secretaría de Transportes y Comunicaciones del año 2001 al año 2002, creció un 30%. El volumen de unidades producidas en términos de carreteras construidas, modernizadas o rehabilitadas se incrementó del 1 al 2,67%.

Estas cifras comparativas dan una idea muy concreta de la evolución. Esto permite avanzar a un paso mucho más rápido porque, si bien es cierto que México tiene una red de carreteras bastante vasta, estamos hablando del orden de 300.000 km. de caminos, la red federal básica es de 45.000 km. y los ejes troncales son 19.000 km, cuya modernización no ha concluido. La columna vertebral que une

— “Mexico and Spain unite North America and the UE” —

- How has it been carried out in Mexico, the reception of the private capital to be modernized and to enlarge the infrastructures of transports and communications?

At first of the Administration of President Fox, stays to seek the Government to make everything by itself is impossible. It is in and of itself that, even from their electoral campaign, he always announced that we will govern together with the society, as a democratic government. Not only in the electoral processes, but also in the processes of execution of the decisions. This way, for each infrastructure work, an alternative road of financing is looked for, to do without of the fiscal financing that is where one has come supporting the permanent tradition in the country along the years. The budget of the Secretary of Transportes and Communications of the year 2001 a year 2002 30% grew. The volume of unit costs in terms of built, modernized or rehabilitated highways was increased from the 1 to 2,67%.

These comparative figures give a very concrete idea of the evolution. This allows to advance to a much quicker step because, although it is certain that Mexico has a quite vast net of highways, we are speaking of the order of 300.000 km. of roads, the basic federal net is of 45.000 km. and the axes truncate them they are 19.000km whose modernization has not concluded. The spine that unites north and south, east and west has tracts of approximately 5.000km. that they are also pending of modernization, for what we have to advance a lot to a speed bigger than which one came usually advancing. Of there, the participation, not only of the Federal government or of the state governments, but of the private capital.

- Of what way the transports provide the territory and do they determine the population?

Apart from this vertebral net of highways, there is another series of highways that are potentialized because,

norte y sur, oriente y poniente, tiene tramos de aproximadamente 5.000 km. que también están pendientes de modernización, por lo que tenemos que avanzar a una velocidad mucho mayor de la que se venía avanzando normalmente. De ahí, la participación, no solamente del Gobierno federal o de los gobiernos estatales, sino del capital privado.

- ¿De qué manera los transportes vertebran el territorio y fijan la población al mismo?

A parte de esta red vertebral de carreteras, hay otra serie de carreteras que se potencian porque, obviamente, su posibilidad de comunicación es mucho mayor y eso genera un valor añadido con una serie de posibilidades.

Por sí mismo, el transporte no genera riquezas, es un medio para que puedan desarrollarse una serie de actividades. Existen, por una parte, los medios físicos para el transporte de mercancías y personas; y, por otra parte, los medios electrónicos para el transporte de la información y, a través de ello, el conocimiento y una mejor calidad de vida.

-A finales del pasado mes de febrero, usted visitó los puertos de Valencia y Barcelona para, entre otras cuestiones, potenciar el corredor marítimo Mediterráneo-México. ¿Cómo va a influir este proyecto en el comercio bilateral?

México tiene un Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá, el Tratado de Libre Comercio de Norteamérica, que es uno de los mercados más grandes del mundo. Por otro lado, México tiene un Tratado de Libre Comercio con la UE, por lo que se necesita una puerta de entrada a Norteamérica y una puerta de entrada a Europa, y México se constituye como bisagra de estos dos grandes mercados.

Con Estados Unidos, tenemos una fron-



Pedro Cerisola en un instante de la entrevista.

tera histórica que va a ser permanente. Con España, tenemos una cercanía histórica que no es comparable a la relación que podemos tener con cualquier otro país de la UE. Ésto deriva en pensar que la puerta de entrada para América pueda ser México y que la puerta de entrada para Europa pueda ser España.

Si logramos integrar este corredor Med-Mex, va a ser en beneficio no solamente de España y México, sino de la Comunidad

Europea y de la parte de Norteamérica, funcionando nuestros dos países como elemento integrador y de cohesión.

Para eso, tenemos que desarrollar puertas que permitan dar cabida a esta funcionalidad legítima y natural. Con Europa, el transporte de mercancías tendría que ser por vía marítima, complementada con la vía aérea. Los puertos no son ya solamente puertos, sino que se ocupan además de una labor de redistribución. Tenemos que ►

obviously, their communication possibility is much bigger and that generates an added value with a series of possibilities. For itself, the transport doesn't generate wealth, it is a means so that they can be developed a series of activities. They exist, on one hand, the physical means for the transport of goods and people; and, on the other hand, the electronic means for the transport of the information and, through it, the knowledge and a better quality of life.

- At the end of February, you visited the ports of Valencia and Barcelona to potentialize the marine corridor Mediterranean-Mexico among the two countries. How will it influence this project in the bilateral trade?

Mexico has a Treaty of Free Trade with the USA and Canada, the Treaty of Free Trade of North America that is one of the biggest markets in the world; on the other hand, Mexico has a Treaty of Free Trade with the UE, for what an entrance door is needed to North America and an entrance

door to Europe, and Mexico is constituted as hinge of these two big markets. With the USA, we have a proximity of historical frontier that will be permanent. With Spain, we have a historical proximity that is not comparable to the relationship that we can have with any other country of the UE. This derives in thinking that the entrance door for America can be Mexico and that the entrance door for Europe can be Spain. If we are able to integrate this corridor Med-Mex, it will be in benefit non solamente of Spain and Mexico, but of the European Community and of the part of North America, working our two countries like integrative element and of cohesion. For that, we have to develop doors that allow to give space to this legitimate and natural functionality. With Europe, the transport of goods would have to be for via marine, supplemented with the air road. The ports are not already only ports, but rather they are in charge of besides a work of redistribution. We have

to look for the knowledge which the most convenient ports are for the redistribution between the Mexican territory and their access to other markets. The objective of the Secretary of Transports and Communications are, in the first place, to intensify and to optimize the use of the infrastructure of which prepares and, in second place, to look for the multi-form, so the railroad and the truck don't compete but rather they are supplemented. We should concentrate the distribution of the ports to be able to make a system of transport that it is not only the corridor in the marine part, but the corridor in the terrestrial part. Another of the objectives of the Secretary, is to restart the transport of passengers with two important projects, what could be the equivalent one to the train of proximities in Spanish that we would call suburban train, appropriate to the sizes and the distances.

In this sense, we have come establishing chats and one of the agreements that will sign is of cooperation with Renfe,

buscar la multimodalidad y saber cuáles son los puertos más convenientes para la redistribución entre el territorio mexicano y su acceso a otros mercados.

El objetivo de la Secretaría de Transportes y Comunicaciones es, en primer lugar, intensificar y optimizar el uso de la infraestructura de la que se dispone y en segundo lugar, buscar la multimodalidad, de modo que el ferrocarril y el camión, no compitan sino que se complementen. Debemos concentrar la distribución de los puertos para poder hacer un sistema de transporte que no sea solamente el corredor en la parte marítima, sino el corredor en la parte terrestre.

Otro de los objetivos de la Secretaría, es reiniciar el transporte de pasajeros con dos proyectos importantes, lo que podría ser el equivalente al tren de cercanías en España, que nosotros llamaríamos tren suburbano, adecuado a los tamaños y a las distancias. En este sentido, hemos venido estableciendo pláticas y uno de los convenios que vamos a firmar, es de cooperación con Renfe, para poder capitalizar sus experiencias en ambos proyectos.

- ¿Cómo se van a desarrollar estos acuerdos con la compañía ferroviaria española?, ¿qué otros convenios hay previstos para las comunicaciones entre España y México?

Queremos sentar las bases de la licitación para poder empezar a recibir propuestas en cuanto al proyecto. Quisiéramos concretar la forma de poder mandar personal mexicano a España y acoger personal español que se establezca en México para empezar a trabajar.

Con respecto a las carreteras, en ejes troncales que estamos lanzando a la inversión privada, contamos con varias empre-

sas extranjeras, tres de ellas españolas.

En la parte de aeropuertos, hay cuatro compañías españolas participando en los proyectos, tres en el Grupo Aeroportuario Pacífico y uno en el Grupo Aeroportuario del Sureste. En telecomunicaciones,

designación por países, podrían volar dos compañías españolas y dos compañías mexicanas, y eso llevaría a disponer de una cobertura mucho más amplia.

- A principios de este año, inauguró el Sistema Nacional e-México para otorgar



Telefónica está adquiriendo una posición muy relevante.

En puertos, destaca la liga que mencionábamos con el Puerto de Valencia y el Puerto de Barcelona y el convenio bilateral de transporte aéreo que vamos a firmar.

Lo importante es que el mercado binacional se ha incrementado considerablemente. El tráfico de mercancías entre México y España, a raíz de la firma del Tratado de Libre Comercio con la UE, es actualmente fundamental. Por otra parte, este verano aumentarán las frecuencias de vuelos de 7 a 14. Si se acepta una doble

una mayor conectividad vía satélite entre las comunidades mexicanas, ¿qué nos puede decir al respecto de esta reciente inversión y cuáles son los principales objetivos que se persiguen?

El proyecto e-México es un proyecto que se trabajó desde el primer día de la Administración del Presidente Fox. El mismo día de su toma de posesión, manifestó la necesidad de integrar al país a través de la conectividad.

Es un error hablar de densidad telefónica para medir el grado de penetración que tienen los servicios e inferir el nivel de desa-

to be able to capitalize their experiences in both projects.

- How will they develop these agreements with the Spanish rail company?, how other agreements are foreseen for the communications between Spain and Mexico?

We want to sit down the bases of the bid to be able to begin to receive proposals as for the project. We wanted to sum up the form of being able to send Mexican personnel to Spain and to welcome Spanish personnel that settles down in Mexico to begin to work. With regard to the highways, in axes you truncate them that we are rushing to the private investment, we have several foreign companies, Spanish three of them. In the part of airports, there are four Spanish companies participating in the projects, three in the Group Aeroportuario Pacific and one in the Group Aeroportuario of the Southeast. In telecommunications, Telefónica is acquiring a very outstanding position. In ports, the league that we mentioned with the Port of Valencia and the Port of Barcelona and the bilateral agreement of air transport that we will sign highlights. The important thing is that

the market binacional has been increased considerably. The traffic of goods between Mexico and Spain, soon after the signature of the Treaty of Free Trade with the UE, is, at the moment, fundamental. On the other hand, this summer they will increase the frequencies of flights from 7 to 14. If a double appointment is accepted by countries, two Spanish companies and two Mexican companies could fly, and that would take to have a much wider covering.

- At the beginning of this year, did it inaugurate the National System and-Mexico to grant a bigger conectividad vía satélite among the Mexican communities, what can he/she tell us in this respect of this recent investment and which are the main objectives that are pursued?

The project and - Mexico is a project that one worked from the first day of the Administration of President Fox. The same day of their taking possession he/she manifested the necessity to integrate to the country through connection. It is an error to speak of phone density to measure the penetration grade that you/they have the services and to infer the

level of existent development in the telecommunications. The telephone doesn't change the lives of the communities. If there is not equality between some areas and others it is because there is not access to the knowledge. The difference among a boy of an excluded community and a boy that he/she could be my son is a pile of books and of information that allows to be integrated to the world.

The fundamental objective of the project and - Mexico is to eliminate those barriers by means of the digital technology so that, potentially, don't exist any difference among a boy of a town or other and the possibility to consent to the information that is the same one.

In and of itself, President Fox, in its vision of State, didn't urge me to take the teledensidad at the level that is politically correct in the standards of the International Union of Telecommunications, but rather it asked me him to take connection to the whole population. Not everybody can have a computer in their house but it can consent to a computer in a community center.

¿Qué espera usted de su mercancía...?



rrollo existente en las telecomunicaciones.

El teléfono no cambia las vidas de las comunidades. Si no hay igualdad entre unas zonas y otras, es porque no hay acceso al conocimiento. La diferencia entre un niño de una comunidad marginada y un niño que podría ser mi hijo, es una pila de libros y de información que permite integrarse en el mundo.

El objetivo fundamental del proyecto e-México es eliminar esas barreras mediante la tecnología digital para que potencialmente no exista ninguna diferencia entre un niño de un pueblo u otro y la posibilidad de acceder a la información, sea la misma.

Por ello, el Presidente Fox, en su visión de Estado, no me instó a llevar la teledensidad al nivel que es políticamente correcto en los estándares de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, sino que me pidió que llevara conectividad a toda la población. No todo el mundo puede tener una computadora en su casa pero sí puede acceder a una computadora en un centro comunitario.

Está transformándose también la forma de trabajo y las teorías de educación, donde el maestro rural, ya no enseña la materia sino que enseña cómo manejar el instrumento que a su vez, permite entrar en los contenidos. En definitiva, es un proyecto muy social, muy humano y de una trascendencia importante.

- ¿Qué espera usted de la VI Cumbre Binacional?

Lo importante es que logremos identificar proyectos específicos y posibles a los que podamos dar seguimiento. En mi área, por ejemplo, el convenio con Renfe tiene dos proyectos para ser respaldado y existe también el proyecto de transporte aéreo, que espero que, en breve, empiece a funcionar sin que sea preciso renegociarlo mañana.

- ¿Cuáles son los objetivos más concretos y más claros de su Secretaría para este año?

Ya comenté que vamos a sacar varias carreteras a concurso de la iniciativa privada, optimizando los recursos del Gobierno. Queremos tener perfectamente definido cómo vamos a trabajar con el corredor Med-Mex y dar los primeros pasos.

- ¿Cuál sería su relación con el Gobierno español y con su homólogo español, el Ministro de Álvarez Cascos?

Espero que sean muy buenas. Mi trabajo como Secretario de Transportes y Comunicaciones es el de promover y facilitar el desarrollo de las actividades que están al cargo de la Secretaría. Si ese es el mismo objetivo del Ministerio español, entonces vamos a entendernos, porque vamos a trabajar en conjunto. ■

It is also transforming the working form and the education theories, where the rural teacher no longer emblem the matter but rather he/she teaches how to manage the instrument that in turn, he/she allows to enter in the contents. In definitive, it is a very social, very human project and of an important transcendency.

- *What do you expect from this Binacional Summit that now celebrates their sixth edition?*

The important thing is that we are able to identify specific and possible projects, to those that we can give pursuit. In my area, for example, the agreement with Renfe has two projects to be supported and the project of air transport that I wait, also exists that shortly it begins to work without it is necessary to renegotiate it tomorrow.

- *Which are the most concrete and cle-*

arer objectives in their Secretary for this present year?

I already commented that we will take out several highways to competition of the private initiative, optimizing the Government's resources. We want to have perfectly defined how we will work with the corridor Med-Mex and to take the first steps.

- *To conclude, which would their relationship be with the Spanish Government and with its nearer homologous, the Secretary of Development?*

I hope they are very good. My work as Secretary of Transports and Communications is the one of to promote and to facilitate the development of the activities that you/they are to the position of the Secretary. If that is the same objective of the Spanish Ministry, then we will understand each other, because we will work on the whole.

Tranquilidad

Tómese un café, relájese, su mercancía está en buenas manos.

En Sistemas de Fletes Españoles tenemos por norma llamar a nuestros clientes sólo para darle buenas noticias.



SISTEMAS DE
FLETES ESPAÑOLES

Envíos semanales a
México, Chile, Colombia, Puerto Rico,
Argentina y Hong Kong

Oficina Principal:
J.J. Sister, 8 Bajo. 46024 VALENCIA
Telf: 963 31 24 24 Fax: 963 30 36 92
www.sfs.es
E-mail general: vitransgroup@vitransgroup.com

MEMBER OF

VITRANS GROUP

Barcelona • Bilbao • Alicante • Génova • Le Havre • Amberes
Rotterdam • México D.F. • San Juan • Rio Haina • Bogotá • Santos
San Salvador • Buenos Aires • Shanghai • Hong Kong • Pusan • Tokio
Singapore • Jakarta • Taiwan • Bangkok

Entrevista con **Ramón Botas Vigón**, responsable de la Oficina Económica y Comercial de España en México

El “redescubrimiento” de España y México

EL CONSEJERO ECONÓMICO Y COMERCIAL DE ESPAÑA DECLARA QUE, ACTUALMENTE, MÉXICO ES EL ÚNICO PAÍS DE LATINOAMÉRICA QUE MEJOR COMBINA LA DIMENSIÓN DE SU MERCADO, CON LA ESTABILIDAD POLÍTICA, INSTITUCIONAL Y MACROECONÓMICA. A SU VEZ, VE EN ESPAÑA UN PAÍS MODERNO E INTEGRADO Y UN POTENCIAL SOCIO EN TODOS LOS NIVELES.



MONEDA ÚNICA

Carolina Iglesias

- ¿En qué punto se encuentran los intercambios comerciales entre España y México?, ¿en qué sectores se basa, fundamentalmente, dicho intercambio?

Las exportaciones españolas a México han experimentado un considerable aumento. En el año 2002, hemos alcanzado ya una cifra de 2.172 millones de dólares, según nuestra estadística, que comparada con la cifra de las exportaciones del año 98, implica haber duplicado nuestras exportaciones. El año 2001, con respecto al año 2000, creció un 28% en las exportaciones y en 2002, con respecto

“DESDE 1998, SE HAN DUPLICADO LAS EXPORTACIONES DE ESPAÑA A MÉXICO Y SOMOS SU SEGUNDO PROVEEDOR EUROPEO”

a 2001, casi un 23%.

Las importaciones españolas procedentes de México han evolucionado de manera menos dinámica, pero con cifras importantes. En el año 2002, hemos importado 1.530 millones de dólares de

México, cuyas tres cuartas partes son productos de petróleo y derivados. Nuestra importación está muy concentrada en el ámbito energético.

Si sumamos las dos cifras nos da un total en el comercio bilateral de 3.700 millones de dólares, con una cuota de mercado del 1,3% en México. Hace 4 años, teníamos todavía el 0,7%, lo que supone un fuerte incremento en poco tiempo.

Sin embargo, no estamos del todo satisfechos. Alemania por ejemplo, tiene una cuota de mercado del 3,5%, siendo el único mercado europeo que nos supera. Canadá tiene una cuota de mercado del 2,6% y China un 3,7%; es decir, que España debería aspirar a situarse entre el 2 y el 2,5% de cuota de mercado en los próximos 5 años. Las importaciones mexicanas están muy concentradas porque su proveedor principal es Estados Unidos, que representa para México una cuota de mercado del 64%.

Los productos más destacados de nuestras exportaciones son los vehículos automóviles; últimamente, las ventas de vehículos, la marca Seat en concreto, han sido espectaculares en su crecimiento. Además, hay que mencionar reactores nucleares, máquinas, bienes de equipo, productos editoriales, maquinaria eléctrica, prendas de vestir, productos químicos y bebidas alcohólicas.

La exportación española a México está

muy diversificada y se dedica, sobre todo, a la demanda de bienes de equipo, de bienes de inversión y de productos intermedios, de los que México es un fuerte demandador.

- Sin embargo, los expertos coinciden en que no se alcanza el potencial comercial de los dos países, ¿qué podría decirnos al respecto?

Somos muy exigentes y ambiciosos, pero creo que hay que destacar lo positivo. Desde 1998 hasta ahora, España ha duplicado sus ventas a México y estamos situados como segundo país europeo proveedor de México, por tanto, hay que estar satisfechos.

El incremento de la cuota de mercado es motivo de felicitación y se debe a que, efectivamente, España y México son dos economías muy complementarias, destinadas a tener flujos comerciales muy intensos. Hace cuatro años, México era nuestro tercer mercado en Latinoamérica, ahora es el primero, muy por delante de Brasil y de Argentina.

- ¿Cómo se apoya a la empresa española en México?, ¿qué instrumentos y entidades tiene a su disposición el empresario español en el país?

El empresario español tiene como apoyos la Secretaría de Estado de Comercio y Turismo, dentro del Ministerio de Economía el Instituto Español de Comercio Exterior, y por supuesto, la Oficina Económica y Comercial de la Embajada

de España, que va a abrir una oficina auxiliar en Monterrey a primeros de septiembre del presente año. Ofrecemos información, apoyo logístico y organizamos misiones comerciales y actividades de participación en ferias.

La nuestra es una de las oficinas comerciales de toda la red con mayor número de actividades de promoción comercial en cuanto al apoyo a la exportación. En cuanto a la inversión española en México, o a los proyectos de cooperación empresarial, la Secretaría de Estado y la Oficina Comercial de España en México brindan su apoyo a través de la realización de foros de inversión. Así, hemos realizado dos foros de inversión muy importantes: en el año 2001, en México D. F. y en Monterrey, en el año 2002. Estamos a punto de realizar el tercer foro en julio de este año, en Baja California, Tijuana.

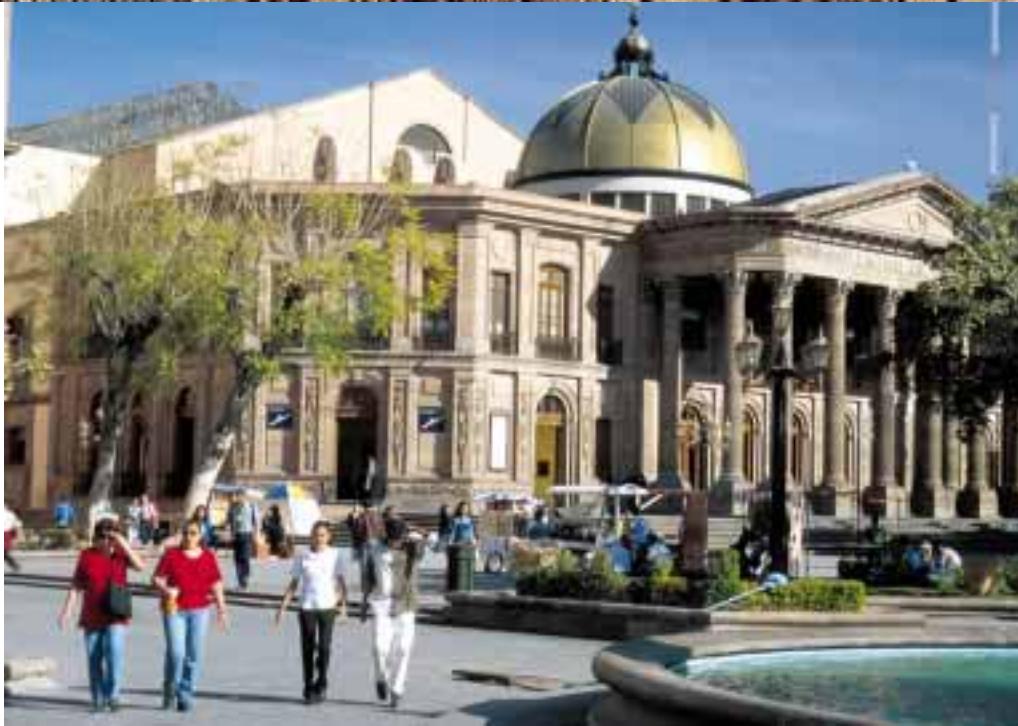
Cabe destacar la presencia del ICO, Cofides y la banca española. Además, las empresas españolas cuentan con los organismos de promoción de las comunidades autónomas.

- ¿Cómo valoraría la importante presencia del sector bancario español en México?, ¿qué ha ocurrido con la banca mexicana?

El año 1995 fue un año de profunda crisis para el sector bancario mexicano, como consecuencia del famoso tequilazo que llevó a la devaluación del peso. Así, en 1995, 13 bancos son intervenidos por el Gobierno mexicano porque no podían hacer frente a sus obligaciones. Esto produjo cierta sensación de debilidad en el sector y una lógica reorganización en la que la inversión exterior ha jugado un papel importante.

Actualmente, los dos grupos bancarios españoles con mayor presencia en el país son el grupo BBVA, que en México funciona con la marca BBVA Bancomer; y el BSCH con la marca Serfín. Estos dos bancos hispano-mexicanos tienen entre el 40 y el 50% del sector bancario mexicano. Otro banco muy importante que no es español es Banamex Citigroup. Estos tres grupos bancarios son los que dominan el panorama financiero en México.

El sector, en mi opinión, todavía no se ha recuperado del todo a pesar de los efectos positivos de la inversión extranjera y todavía no ha despegado el crédito bancario en grado suficiente para que el consumidor tenga un sistema de finan-



México es el país más grande y estable de Latinoamérica.

ción más fluido. La banca española es un actor fundamental en este modelo y se está esforzando por conseguir que el sistema financiero mexicano tenga un grado de salud y de dinamismo mucho mayor.

La presencia española en el sector bancario no es sentida con rechazo por parte de los usuarios mexicanos, sino como un aspecto positivo.

- ¿Qué argumentos ofrecería al empresario español para animarlo a que establezca su negocio en el mercado mexicano?

México es el país más grande y estable de Latinoamérica. A pesar de la crisis económica mundial y la recesión de los últimos años de la economía de Norteamérica, principal socio comercial de México, es un país en el que hay una cifra récord de reservas externas en torno a los 60.000 millones de dólares, que recibe flujos de inversión del orden de 15.000 millones de dólares. Su moneda no registra problemas de depreciaciones que puedan inducir a inquietud. Por ese lado, México es una apuesta de estrategia a corto plazo para la empresa española, tanto para la grande, como para la pyme.

La proximidad cultural y, sobre todo, la idiomática, es una ventaja comparativa adicional que no la tiene ningún otro país del mundo y hay que aprovecharla tanto a nivel de comercio, como a nivel de inversión. Por eso, son muy importantes los foros de inversión y cooperación

empresarial que organizamos en México, que han tenido un éxito espectacular, tanto entre las empresas españolas, como entre las empresas mexicanas.

Hay que aprovechar estas ventajas y relaciones para establecer alianzas estratégicas entre pymes españolas y mexicanas para abarcar, no sólo el mercado mexicano, sino también el mercado norteamericano. México ha desarrollado desde 1994 el Tratado de Libre Comercio con Canadá y los Estados Unidos, provocando unas relaciones de integración económica que han cambiado a México y que España debería aprovechar.

Por último, diría que en México hay muchos Méxicos. Tradicionalmente, los

“LOS FOROS DE INVERSIÓN Y DE COOPERACIÓN EMPRESARIAL HAN TENIDO UN GRAN ÉXITO PARA LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS Y MEXICANAS”

españoles han trabajado en la zona del Centro de la República o la zona de Veracruz, por donde se internó Hernán Cortés. Otro México muy grande es el norte, muy integrado con los Estados Unidos y además, el sur de México, ►

con estados muy ricos en recursos naturales y en agricultura e hidrocarburos, donde hay muchas posibilidades en términos de infraestructura y de agroindustria.

México es un país muy diversificado, donde hay espacio para todos, por lo que hay que acudir al país con una visión muy amplia de su mercado.

- Teniendo en cuenta los vínculos históricos, culturales y lingüísticos entre ambos países, ¿cómo valoraría las relaciones políticas, diplomáticas y económicas entre España y México?

El año pasado, en 2002, se celebró el veinticinco aniversario del restablecimiento de las relaciones diplomáticas entre España y México. Aunque las relaciones entre México y España vienen de muy atrás, del siglo XVI, fecha de la conquista de México por España, lo cierto es que se ha pasado por diferentes fases.

Si nos remontamos a tiempos más recientes, en el siglo XX, hubo cierto distanciamiento, en la década de los 30, entre los gobiernos de México y España a nivel oficial. Eso no impidió que hubiera unos flujos muy importantes de migración en ambos sentidos, sobre todo, de España a México. En este sentido, un factor muy importante fue el exilio español como consecuencia de la guerra civil y que supuso un elemento de integración importante en los aspectos no sólo económicos, sino culturales.

En los años 50 y 60, los mexicanos veían a España como un país incluso más atrasado que ellos y aislado internacionalmente, mientras que México era una

“ESPAÑA Y MÉXICO SON DOS SOCIOS PRIVILEGIADOS PARA QUE AMBOS AUMENTEN SU POTENCIAL”

economía muy boyante en esos años.

Los mexicanos han descubierto una España moderna, totalmente integrada en la UE y que se erige como una potencia económica y un país políticamente importante, que puede ser un socio



potencial a todos los niveles. Los españoles, por otra parte, hemos redescubierto un México diferente al de los clichés, un México estable políticamente y una economía de mucha entidad en el contexto mundial, un mercado de oportunidad para nosotros, a todos los niveles de inversión y comerciales.

Por ello, el restablecimiento de las relaciones diplomáticas y cómo se han intensificado con las sucesivas visitas oficiales en los dos sentidos, han hecho que las relaciones entre España y México sean muy buenas y todavía pueden potenciarse más.

- ¿Cómo ha afectado y favorecido la ascensión democrática de México a sus relaciones con España?, ¿se podría decir que el año 2000 ha sido un punto de inflexión en la relación bilateral?

Efectivamente, el año 2000 es un año muy importante en términos de relaciones económicas entre México y la UE y por supuesto con España, debido a la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio entre México y la UE, el 1 de julio de ese mismo año.

Desde otro punto de vista, el 2 de julio del año 2000 se consolida la alternancia política, al acceder al poder el candidato del PAN y esto es un hecho histórico

muy importante. Sin embargo, creo que este hecho no se puede tomar como un punto de inflexión, porque la relación entre México y España a nivel político y económico ha tenido una continuidad que viene de mucho más atrás y que ha sido excelente antes del año 2000 y que lo sigue siendo después del año 2000.

México debe seguir en el punto de mira de los empresarios españoles, al igual que España está en el punto de mira de los mexicanos, de los empresarios y, en general, de todo el país.

España es un país de referencia para México. Nos consideran su socio privilegiado en la UE, siempre se ha dicho que España se ofrece a México como puerta de entrada en la UE, a los empresarios mexicanos que quieren diversificar su comercio exterior y salir de las dependencias del comercio bilateral con los Estados Unidos.

Buscamos nosotros también a México como socio privilegiado para abordar nuestra aventura en Norteamérica, principalmente, en el sur de Estados Unidos.

Como resumen, diría que España y México son dos socios privilegiados para que los dos países aumenten su potencial y su capacidad de influir en áreas donde todavía no estén muy implantados. ■

LAS ISLAS CANARIAS: PLATAFORMA PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE SU EMPRESA



Benefíciense de *tipos impositivos entre el 1% y el 5%*

VENTAJAS FISCALES PARA LAS ENTIDADES ZEC

- Tributarán entre el **1% y el 5%** en el Impuesto sobre Sociedades.
 - Estarán exentas de tributación por el IGIC las entregas de bienes y prestaciones de servicios realizadas por las Entidades ZEC entre sí, así como las importaciones de bienes realizadas por las mismas.
 - Estarán exentas de tributación por el Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados las adquisiciones de bienes y derechos afectos a la actividad, las operaciones societarias y los actos jurídicos documentados.
 - Exentas de tributación por el Impuesto sobre la Renta de No Residentes, los beneficios distribuidos por las entidades ZEC a sus sociedades matrices y los intereses y demás rendimientos obtenidos por no residentes en España.
- Los conciertos fiscales con los municipios afectados, permitirán rebajar la tributación local de las entidades ZEC.

REQUISITOS BÁSICOS PARA SER EMPRESA ZEC

- Crear, al menos, **5 puestos de trabajo** dentro de los 6 meses siguientes al momento de la inscripción, y mantener este promedio durante los años que esté adscrita a la ZEC.
- Las empresas deberán invertir al menos **100.000 en activos fijos** dentro de los 2 años siguientes al momento de la inscripción.
- Realizar **actividades autorizadas**.
- Ser una entidad de nueva creación con domicilio y sede de dirección efectiva en Canarias.
- Al menos uno de los administradores deberá residir en Canarias.
- Las empresas de servicios podrán establecerse indistintamente en todo el territorio canario, mientras que las actividades industriales o comerciales sólo podrán radicarse en las áreas autorizadas a tal fin.
- Presentar una memoria del proyecto.

CONSORCIO DE LA ZONA ESPECIAL CANARIA

Avda. José Antonio, 3-5^a planta
38003 SANTA CRUZ DE TENERIFE
Telf.: (34) 922 29 80 10
Fax: 922 27 80 63

<http://www.zec.org> E-mail: zec@zec.org



C/ León y Castillo, 431, 4^a planta
35007 LAS PALMAS DE GRAN CANARIA
Telf.: (34) 928 49 05 05
Fax: 928 27 32 74

Entrevista con **Leopoldo López-Fuchet**, presidente del Comité de Cooperación Empresarial Hispano Centroamericano.

Las posibilidades de Centroamérica

- ¿Cuándo y con qué motivo se firmó el Comité de Cooperación Hispano Centroamericano?

El Comité de Cooperación Empresarial Hispano Centroamericano se constituyó en Costa Rica el 20 de noviembre de 2000. En esas fechas, tuvo lugar la celebración de un encuentro empresarial Hispano Centroamericano en la ciudad de San José, con la asistencia de empresas de la región y españolas.

A su vez, tuvo lugar la visita del Presidente del Gobierno español al entonces presidente costarricense, Miguel Ángel Rodríguez. Ambos fueron testigos de la constitución del Comité.

Los impulsores fueron el Consejo Superior de Cámaras de España y la Federación de Cámaras de Comercio del

2002 y también en la ciudad de San José, se incorporó formalmente al Comité, la Federación de Cámaras de Industria de Centroamérica (FECAICA), representada en la ceremonia de firma por Gabriel Pasos, presidente de FECAICA y de la Cámara de Industria de Nicaragua.

Así, ambas asociaciones (cámaras de comercio y cámaras de industria) permiten que se incorporen a nuestro Comité, diferentes sectores y asociaciones, siempre desde una perspectiva empresarial.

- ¿Por qué se atendió el proceso integrador de los países centroamericanos?

Era fundamental dar un toque regional al Comité constituido. Los 6 países de la región, conjuntamente, representan un mercado importante como origen y destino de las importaciones y exportaciones europeas, aportando más de 35 millones de consumidores.

Individualmente, se hacía difícil establecer un Comité empresarial con un solo país del área, pequeño (ninguno alcanza los 10 millones de habitantes) demasiado dependiente en exportación e importación de los países norteamericanos, y con una cifra de comercio con España prácticamente irrelevante.

Todos unidos se comparan ventajosamente con Chile o con Colombia y ofrecen mayores oportunidades al inversor y exportador español.

Además la UE, y España en particular, siempre han impulsado el papel regional del área para hacerla más atractiva como destino de programas de inversión y promoción internacionales.

Poco a poco, Centroamérica empieza a responder con ese espíritu regional que no contradice, en absoluto, la riqueza histórica y cultural o la personalidad propia de cada región del área.

Istmo Centroamericano (FECAMCO). Firmando en nombre del primero, Antoni Negre, vicepresidente del Consejo y presidente de la Cámara de Barcelona y, en nombre de FECAMCO, Emilio Bruce, presidente de la misma y de la Cámara de Costa Rica.

Posteriormente, el 14 de octubre de

- ¿Cuántas empresas constituyen el Comité? ¿en qué actividades se centra fundamentalmente su cooperación?

Más de 30 empresas españolas forman parte del Comité. Entre ellas, están representados el sector eléctrico, ingenierías, sector pesquero, transporte, consultoras, comercializadoras, empresas constructoras, etc.

También empresas españolas destacadas de estos sectores están domiciliadas en los distintos países centroamericanos.

- ¿Cómo valoraría las posibilidades de negocio que ofrece Centroamérica al empresario español?

Centroamérica es un mercado en el que debería establecerse una diferenciación. Por una parte, hay un pequeño número de grandes proyectos (infraestructuras, comunicaciones) algunos con carácter regional o plurinacional.

Además, operaciones de suministro de tamaño medio en las que participan la mayor parte de los sectores industriales y de servicios. Aquí la tradición exportadora española es estable y continuada, pero tiene todavía un largo camino por desarrollar.

En los últimos años, se han multiplicado las operaciones de consultores y proyectos de ingeniería, unidos a los sectores clásicos (alimentación, libros y publicaciones, sanidad, maquinaria, educación) que son más habituales en lo que se refiere a la presencia española en la región. ■



Leopoldo López-Fuchet destaca el espíritu regional de cada uno de los países centroamericanos.

“LOS SEIS PAÍSES CENTROAMERICANOS SE COMPARAN VENTAJOSAMENTE CON CHILE O COLOMBIA Y OFRECEN MAYORES OPORTUNIDADES DE NEGOCIO”



Apoyos financieros para las inversiones en México



Las líneas de financiación de Cofides

La Compañía española de Financiación para el Desarrollo, puede cubrir parcialmente las necesidades de financiación a largo plazo de los proyectos de inversión en México a través de participaciones en el capital de la empresa establecida en el país, préstamos a medio y largo plazo para la empresa participada y préstamos ordinarios de apoyo a la inversión.

Cofides utiliza diferentes instrumentos financieros actuando, a su vez, como cofinanciador:

- **El Fondo para Inversiones en el Exterior (FIEX)**, que permite apoyar los proyectos de inversión española en México a través de participaciones en capital u otros instrumentos participativos. El volumen máximo de apoyo por operación es de 25 millones de euros.

- **El Fondo para Operaciones de Inversión en el Exterior de la Pequeña y Mediana Empresa (FONPYME)**, que actúa de forma similar al anterior, pero con un volumen máximo por proyecto de 2 millones de euros.

- **El Fondo Multilateral de Inver-**

Proyectos aprobados por Cofides en México en la fase de inversión

Sector	Número de Proyectos	Número de Operaciones	Inversión Estimada (Millones de euros)	Recursos comprometidos por Cofides (Millones de euros)
Agroalimentario	6	7	44,79	3,84
Automoción	8	10	100,24	7,45
Bienes de Equipo	2	2	2,78	0,63
Ind. Maderera y derivados	1	2	14,42	2,13
Ind. Metal-mecánica	5	6	41,21	3,19
Ind. Química y Farmacéutica	10	10	11,32	2,54
Ind. Textil y Calzado	2	2	1,74	0,25
Medio Ambiente	5	6	48,79	7,1
Prod. Electrónicos y Eléctricos	4	4	3,39	1,17
Siderurgia	1	1	56,1	
Otros	1	1	1,14	0,17
Totales	45	51	325,92	28,47

siones (FOMIN), del Grupo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), que ofrece a las empresas españolas una financiación en condiciones especiales para sus proyectos de inversión

productiva.

Junto a estos programas, destacan también las líneas de actuación propuestas por el Instituto de Crédito Oficial (ICO). ■



Más líneas de crédito del ICO

Las líneas de créditos del Instituto de Crédito Oficial para la **Internacionalización de la Empresa Española**, facilitan financiación en condiciones preferentes para el desarrollo de proyectos de inversión en el exterior. Esta línea pone a disposición de las empresas españolas 150 millones de euros.

COFIDES Y EL ICO TRABAJAN CONJUNTAMENTE CON BANCOMEXT, LA ENTIDAD GUBERNAMENTAL MEXICANA ENCARGADA DE LA PROMOCIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR

Los beneficiarios son pequeñas y medianas empresas con menos de 250 empleados, no participadas en un 25% y cuyo balance anual no exceda de 27 millones de euros. Además, se beneficiarán las empresas españolas de 250 a 500 empleados no participadas en más de un 33% en el capital social por empresa que no cumpla esta condición y empresas residentes en el extranjero cuyo capital social sea mayoritariamente español.

Por otro lado, cabe mencionar el **Programa de Financiación de Inversiones en el Exterior (PROINVE)**, orientado a grandes proyectos de inversión española en el exterior. Este programa ofrece financiación a través de presta-

mos simples, avales y garantías a medio y largo plazo, poniendo a disposición de las empresas españolas 600 millones de euros.

Está dirigido a proyectos de inversión productiva, con solidez económica, financiera, tecnológica y comercial, en los que participe una empresa comprometida a permanecer a largo plazo.

Al igual que Cofides, el ICO trabaja con Bancomext, la entidad gubernamental mexicana encargada de la promoción del comercio exterior y de la inversión extranjera. ■



Grandes oportunidades en México



1967

EXPORTAA, CON MÁS DE 15 AÑOS DE EXPERIENCIA EN EL SECTOR DE COMERCIO EXTERIOR 
Y CON EL CONOCIMIENTO PLENO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL DE MÉXICO EN CONCRETO, Y DE
AMÉRICA EN GENERAL, HA CREADO PROGRAMAS INTEGRALES CON SUS ENLACES COMERCIALES PARA LAS PYMES ADECUÁNDOSE A
SUS NECESIDADES Y ESPECIALIZADOS SEGÚN LOS SECTORES Y LOS NICHOS DE MERCADO A PENETRAR.

El comercio internacional generado entre España y México tiene gran dinamismo, estando actualmente, en pleno crecimiento y existiendo puntos afines que ambas naciones, gobiernos y sectores empresariales están combinando para fomentar el intercambio entre ambos países.

La fortaleza comercial con la que cuentan ambas naciones, está basada en el acuerdo "TLCUE" (en vigor el 1 de Julio de 2000) que España, como miembro de la Unión Europea, firmó en conjunto con 14 países de la región, ahora sumando un total de 25 países, con México, brindando ventajas arancelarias, así como la posibilidad de cerrar acuerdos para generar dinamismo en las relaciones comerciales entre ambos países. Constituye una importante ventaja competitiva, la ubicación geográfica que ofrece el

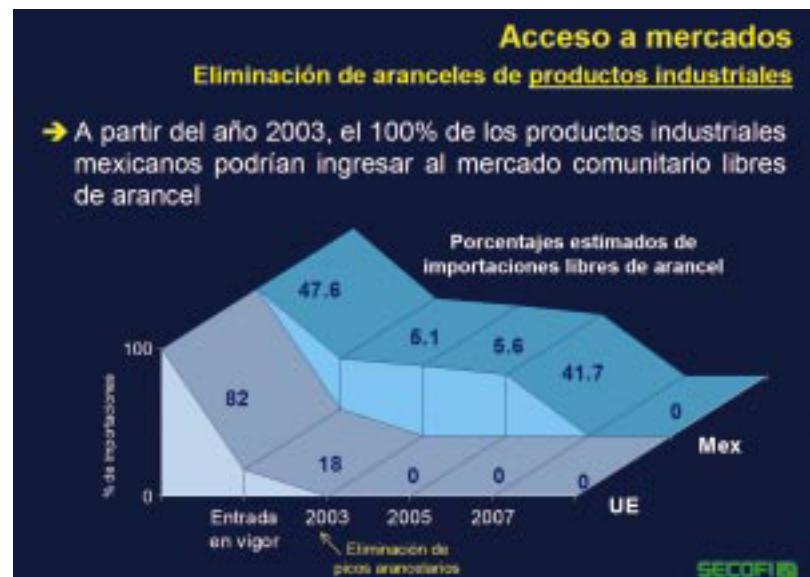
encontrarse dentro de los dos bloques comerciales más importantes del mundo.

México, como pionero en la apertura de acuerdos comerciales, actualmente cuenta con 11 acuerdos que otorgan, de manera segura y preferencial, el ingreso a los mercados de 32 países en tres continentes. Esto da la posibilidad a los empresarios españoles de visualizar no tan sólo el potencial de 100 millones de mexicanos, sino el potencial del mercado norteamericano y considerar a México como la plataforma para ingresar al centro y sur de todo el continente americano.

Con el fin de garantizar un mayor éxito de penetración en el mercado mexicano, es recomendable para los empresarios españoles contar con el apoyo y servicio profesional de expertos y especialistas locales, que les podrán guiar y facilitar los trámites necesarios para adecuar sus políticas comerciales y de implantación a la realidad de un país como México.

El camino está marcado, las

“PARA GARANTIZAR EL ÉXITO EN EL ACCESO AL MERCADO MEXICANO, ES RECOMENDABLE PARA LOS EMPRESARIOS ESPAÑOLES CONTAR CON EL APOYO DE EXPERTOS LOCALES”



Alemania es el primer socio europeo en comercio con México

MONEDA ÚNICA

- ¿Cómo describiría la presencia del Grupo Lufthansa en México?

Nuestro grupo tiene una buena presencia en México, 4 de las empresas del grupo Lufthansa se encuentran en este país: Lufthansa Passage (la aerolínea); Lufthansa Cargo (responsable de carga aérea); Sky Chefs (catering) y Lufthansa Systems (tecnología y sistemas)

- ¿Qué valores destacaría del mercado logístico mexicano frente a otros países del dominio Lufthansa?

Existen excelentes relaciones comerciales

**LOS VIAJES DE NEGOCIO ENTRE
MÉXICO Y EUROPA HAN
AUMENTADO LAS FRECUENCIAS DE
VUELO DE LUFTHANSA**

entre México y Alemania y, en general, con los países europeos. En México, encontramos muchas empresas europeas con muchos en el país.

- ¿Qué destinos cubre la compañía desde México?

Desde México volamos directamente a Frankfurt y Alemania, conectando a más de 150 destinos en Europa; además de nuestros destinos en todo el mundo.

- Lufthansa ha decidido aumentar sus frecuencias a México a partir del 14 de abril de este año, ¿cuáles han sido exactamente, los motivos que han llevado a tomar esta decisión?

Las crecientes relaciones comerciales entre México y Europa y el interés de los viajeros por visitar Europa y México lo ha demandado. México además cuenta con una posición estratégica para los mercados europeos, por lo que contamos con muchos viajeros de negocios que requieren de una mayor cantidad de vuelos a su disposición. ■



Peter Vierrath, director general de Lufthansa para México y Centroamérica.

La punta de lanza de las aerolíneas

A pesar de la tendencia mundial de la industria y de la situación económica en general, el consorcio Lufthansa obtuvo en 2002 un resultado operativo de 718 millones de euros, cifra que demuestra su destacada ventaja ante sus competidores y con la que supera la ganancia operativa del año anterior, 690 millones de euros. Además de la ganancia operativa, la empresa mejoró visiblemente el resultado después del pago

de impuestos para ubicarse en 717 millones de euros, con lo que cumplió su meta interna de incremento de liquidez y reducción de endeudamiento, de 3.800 a 1.100 millones de euros. El consorcio tuvo un volumen de ventas de 17 mil millones de euros, lo que representa un aumento de 1,7 % respecto de 2001. Asimismo, las líneas aéreas obtuvieron una recaudación de 12 mil millones de euros por tráfico, lo que signifi-



cica 1,8% menos que el año anterior. Sin embargo, la política previsora en cuanto a capacidades y precios logró incrementar la tasa de ocupación de los aviones y mantener estables los ingresos promedio. Si bien el consorcio se desenvolvió mejor que la competencia, la situación política mundial, la amenaza del terrorismo y la situación coyuntural no hacen posible un pronóstico de resultados confiable para el ejercicio económico del presente año, por lo que la empresa ha implementado ya algunas medidas de prevención, entre ellas, la reducción de la capacidad en el tráfico en Alemania y Europa, la reducción de las inversiones y la congelación de la reclutación de personal nuevo en todos los ámbitos del consorcio. ■



**LA COMPAÑÍA HA
IMPLEMENTADO MEDIDAS
DE PREVENCIÓN PARA EL
EJERCICIO DEL PRESENTE
AÑO DEBIDO A LA
ACTUAL COYUNTURA
INTERNACIONAL**

Más de 50 años volando a México



La compañía Iberia vuela a la capital mexicana desde 1950. El día 15 de marzo de ese año, tras la incorporación de dos Douglas DC-4 a la flota de la compañía, Iberia realizó la extensión de su vuelo Madrid/La Habana a México, D.F. Este vuelo se hacía con escalas en Azores y Bermudas. Una línea peculiar, ya que con México no se mantenían relaciones diplomáticas, por lo que no había tratado bilateral. De esta forma, las Autoridades españolas concedieron autorización para volar a Madrid a la empresa mexicana Aerovías Guest y las autoridades mexicanas hicieron otro tanto con Iberia. ■



Aznar se reúne con empresarios polacos y españoles

El presidente del Gobierno, José María Aznar aprovechó la visita que realizó a Polonia a mediados del mes de abril para reunirse con un grupo de empresarios polacos y españoles en Varsovia.

Entre los asuntos abordados, se comentaron los proyectos empresariales en marcha que existen entre los dos países. Cabe recordar que el volumen de inversiones españolas en el mercado polaco es todavía pequeño. ■

VI Reunión de la Comisión Binacional España - México

Los días 7 y 8 de abril se celebró en Madrid la VI Reunión de la Comisión Binacional México-España, de acuerdo a lo establecido en el Tratado General de Cooperación y Amistad suscrito entre ambos países. El evento fue presidido por el secretario de Relaciones Exteriores, Luis Ernesto Derbez Bautista, y la homóloga española, Ana Palacio.

Como muestra de la importancia concedida por ambos países a esta reunión, debe destacarse la participación, por parte de México, de los secretarios (ministros) de Relaciones Exteriores, de Economía y de Comunicaciones y Transportes. Por parte española, han participado los ministros de Asuntos Exteriores y Justicia. El Presidente del Gobierno, José María Aznar, recibió el 8 de abril a los Secretarios y Subsecretarios de la delegación mexicana y Ministros y Secretarios de Estado de la delegación

española. Asimismo, el vicepresidente del Gobierno y ministro de Economía, Rodrigo Rato, se entrevistó con su homólogo mexicano Fernando Canales Clariond. ■



El Canciller mexicano Luis Ernesto Derbez copresidió el encuentro.

Las empresas españolas lo tienen más fácil para la colaboración industrial con la República Checa

MONEDA ÚNICA

CzechTrade, la Agencia de Promoción Comercial de la República Checa, ha puesto en marcha un nuevo proyecto, enfocado en buscar a las empresas extranjeras, socios para la colaboración industrial. Este nuevo servicio llamado CIPAS (Czech Industrial Partner Search) surgió a petición de empresas del sector de bienes de equipos, que precisaban de búsqueda de empresas checas según sus capacidades de producción, maquinaria etc.

El servicio está destinado a empresas



que buscan algo más que la simple compra o venta de productos. Se dirige tanto a las empresas grandes como a las pymes, siempre y cuando exista un serio interés en establecer una colaboración. ■

madrid@czechtrade.cz

Cuenta atrás para Bulgaria y Rumanía

La Cámara de Comercio de Madrid organizó el pasado 9 de abril, una jornada informativa sobre las oportunidades comerciales y de inversión que ofrecen Bulgaria y Rumanía, como futuros socios de la Unión Europea.

Al acto, acudieron los embajadores de ambos países, Vassilly Tákev de Bulgaria, y Stelian Oancea de Rumanía, así como la consejera comercial de Bulgaria en España, Emilia Berova y su homólogo rumano, Dan Danatoiu, quienes analizaron las relaciones bilaterales de sus países con España. También participaron Pavel Ezekiev, presidente de la Agencia de Inversiones Extranjeras en Bulgaria; Illiya Vasilev, director ejecutivo de la Agencia de Privatización en Bulgaria; Marius Vitionescu, director general del Centro Rumano de Comercio Exterior y Doina Popescu, asesor de la Agencia Rumana para Inversiones Extranjeras. Así como Javier Dueñas, controller de



De izquierda a derecha, Emilia Berova, consejera comercial de Bulgaria en España; Vassilly Tákev, embajador de Bulgaria; Elsa Salvadores, directora de Comercio Exterior de la Cámara de Comercio de Madrid; Stelian Oancea, embajador de Rumanía y Dan Danatoiu, consejero comercial de Rumanía en España.

Campofrío Internacional, que expuso su experiencia como exportador en estas regiones.

Las exportaciones españolas durante

2001 a estos países alcanzaron la cifra de 185,14 millones de euros en el caso de Rumanía, y de 114,29 millones de euros en Bulgaria. ■

Pendientes del referéndum

El pasado 12 abril, los ciudadanos húngaros aprobaron el ingreso de su país en la UE, con el 83,75% de los votos a favor. Sin embargo, cabría destacar que la participación ha sido, solamente, de un 45,50%. Con estos resultados, ya son tres los países que han dicho que "sí" al ingreso: Malta, Eslovenia y Hungría.

Los lituanos se pronunciarán el 10 de mayo, los eslovacos el 16 del mismo mes; los polacos, el 8 de junio; los checos, el 15 de junio; los estonios, el 14 de septiembre y los letones el 20 de septiembre. ■

Chipre es el único de los países candidatos excluido en la celebración de referéndum.



Confirmada la quinta ampliación europea

MONEDA ÚNICA

Los Jefes de Estado y de Gobierno de los quince miembros de la Unión Europea y de los diez que ingresarán en ella en mayo de 2004, rubricaron el pasado 16 de abril el Tratado de Adhesión que formaliza el histórico proceso de la quinta ampliación.

Tras la firma, se abre el proceso de ratificación tanto en los Quince, como en los países candidatos, que, en su mayoría, todavía deben celebrar el referéndum.

El 1 de mayo de 2004 se producirá la adhesión. El objetivo es que los nuevos socios participen en las elecciones al Parlamento Europeo de 2004, como miembros de pleno derecho.

Para 2007, queda el reto de la sexta ampliación, que ya baraja como principales candidatos a Bulgaria, Rumanía y Croacia, entre otros países. ■



La Cumbre de la Unión Europea se celebró en Atenas.

EL OBJETIVO ES QUE LOS NUEVOS SOCIOS PARTICIPEN EN LAS ELECCIONES AL PARLAMENTO EUROPEO DE 2004



Perfil cultural, comunicación y comportamiento en los negocios

El primer contacto. México es paradigmático de lo que técnicamente se conoce como "cultura orientada a la relación" (frente a "cultura orientada al negocio"). Ello significa que el establecimiento de una relación cordial y de mutua confianza es "conditio sine qua non" para hacer negocios. En este proceso -que exige tiempo, dedicación e implicación personal-, la primera impresión es fundamental: nuestra apariencia, indumentaria, modales y personalidad serán evaluados desde el primer momento de la primera cita. Si son aprobados, el mexicano se sentirá cómodo con nosotros y nos respetará, pero si no, nuestras posibilidades de hacer negocios con él se verán notablemente mermadas. Y antes de habernos "metido en harina".

Por lo general, los mexicanos son muy educados y corteses. Conviene no dejarse engatusar por este comportamiento tan atento y agradable, aunque, por nuestra parte, es aconsejable que esmeremos y suavicemos nuestros modales. Desde su perspectiva, los españoles somos demasiado bruscos, y en ello tiene mucho que ver nuestra rápida tendencia al tuteo. De modo que, con los mexicanos, aprendamos a contener el "tú" y a utilizar los tratamientos: Doctor, Ingeniero, Licenciado, etc. En su escala de valores, el estatus ocupa un lugar preponderante. El título que se ostenta y el cargo que se ocupa granjean, a priori, respeto y admiración. No dudemos, por tanto, en hacer uso de los nuestros, también en las tarjetas de visita, membretes, etc. El objetivo es cimentar una relación "inter pares" con nuestro interlocutor mexicano.

Por ultimo, debemos tener en cuenta que México es un país extremadamente polícrónico. Es decir, su concepto y utilización del tiempo es mucho más laxo que el nuestro. La puntualidad, en general, no es tan importante como lo es para nosotros -hecho que se acentúa en México D.F., la urbe más poblada del mundo, con un tráfico endiablado y unas grandes distancias; téngalo en cuenta a la hora de planificar sus citas-, y existe una cierta ten-

dencia a demorar las cosas. Se ha dicho, posiblemente con algo de exageración, que los mexicanos tienen tres tipos de tiempo: ahora -"sino die"-, "ahorita"- ¿quizás mañana?-; y ahoritita -a lo mejor en unas horas-. Los mismos mexicanos, con sentido del humor, aseguran que las siglas P.M. no significan "postmeridian" sino "puntualidad mexicana". En definitiva, hagamos gala del mismo sentido del humor y armémonos de paciencia y comprensión.

Negociación. Normalmente, la reunión se abrirá con una conversación informal y, durante el desarrollo de aquélla, se entremezclarán los temas objeto de negociación con comentarios de carácter ajeno a ellos. Conviene, en todo caso, no abordar directamente el negocio. Es preferible dejar que sean ellos quienes marquen el "tempo" e introduzcan los puntos de negociación. Su ritmo de conversación suele ser más pausado que el nuestro. Además, suelen realizar pausas y silencios con más frecuencia y duración que nosotros. Tratar de acelerar el ritmo conversacional y/o interrumpir los silencios puede ser tachado de arrogante o de grosero.

En las relaciones comerciales con mexicanos, debemos tener siempre presente que el dominio del contexto -quién dice qué, a quién, cuándo, y, sobre todo, cómo, además de la comunicación no verbal- es de vital importancia. Las relaciones humanas, en general, y las derivadas de los negocios en particular, suelen ser más sutiles que las nuestras. De hecho, los mexicanos nos consideran demasiado directos en nuestra forma de expresión y de negociación. Evitar ofender o contrariar al interlocutor es primordial en su estilo comunicacional. Raras veces dicen "no" de manera rotunda. Ni siquiera en el supuesto de que encuentren poco atractiva nuestra propuesta, disientan de nuestros planteamientos, o no les guste nuestro producto. Con tal de no desairarnos, los mexicanos utilizarán toda la gama de afirmaciones matizadas. Obviamente, este comportamiento tan halagüeño puede convertirse en una trampa puesto que nos

impedirá conocer con certeza el auténtico impacto de nuestra proposición.

Su estilo de razonamiento es más deductivo que inductivo, y se mueven con gran facilidad en el terreno teórico y de lo abstracto. Poseen, así mismo, una gran habilidad para conceptualizar y percibir problemas -y sus soluciones- en términos generales. Muy ágiles mentalmente, con gran cintura en las sutilezas y en el desarrollo de grandes ideas, presentan, en ocasiones, un extraño lunar en el aspecto práctico y en las tareas de implementación. En consecuencia, no es infrecuente encontrarse con excelentes proyectos y brillantes ideas que languidecen y mueren en el camino hacia su realización.

La presentación, en su aspecto estético, ha de estar muy cuidada, no sólo en los soportes gráficos y audiovisuales, sino en la presentación oral. En México, los detalles ceremoniales y las habilidades retóricas son más utilizadas y valoradas que aquí.

En cuanto a la negociación de precios, conviene saber que están habituados a grandes márgenes. Ello, unido a su costumbre del regateo, sugiere un estudiar muy bien nuestra posición de partida y presupuestar amplios márgenes de maniobra. En todo caso, los argumentos de carácter personal/emocional suelen ser más efectivos que los números. En consecuencia, conviene potenciar al máximo esta herramienta de negociación.

La toma de decisiones es más lenta que en España y se realiza al más alto nivel de la organización. Es un grave error tratar de acelerar el proceso. Una vez alcanzado un acuerdo, se plasmará éste en un contrato que es muy posible que sea considerado más como una declaración de principios que como una serie de obligaciones legales. Una vez más, y en caso de conflicto, prevalecerá la relación personal.

En fin, a pesar de nuestra hermandad, algunas diferencias entre nosotros habrá, haylas. Pero, aún así, y como alguien dijo una vez "Méjico es España, y España es Méjico",... ¡tan lindo y tan querido! ■





Con el ascensor hacia la Comunidad Europea o "Paternoster"

El acatamiento de las normas europeas en el sector de la construcción va a costarle a la República Checa en los próximos 10 años, según la estimación, un billón de coronas checas. El único país candidato que se "durmió" y olvidó negociar "excepciones" y suavizar los criterios rigurosos, como lo habían hecho los otros Pecos.

Decenas de millones de coronas checas (en euros, dividido por 31) va a costar el cambio de las tecnologías. A los pequeños productores de ventanas y puertas, les esperan los gastos de certificación según las normas europeas. Éstas ordenan también diámetros diferentes a los que se usan en la República Checa. Por supuesto, todos los gastos elevados de las empresas de construcción y de los departamentos de ensayo se van a proyectar de manera visible en los precios. La introducción de las normas europeas va a representar para estas empresas y para sus suministradores una " cosecha de oro", en la que se enriquecerán las compañías que ofrecen los servicios y el mantenimiento.

A ellos pertenecen también las empresas de ascensores. Desde abril de este año, entraron en validez las normas de ascensor europeas que van a atribuir una mayor seguridad a los ascensores, según la opinión de la Asociación de Productores Checos de Ascensores, que genera la abrumadora mayoría de los ascensores personales en la República Checa, "casi catastrófica". Se estima que de un total de 80.000 ascensores, no cumplen las exigencias de seguridad 75.000. Pero la Unión de Propietarios de las viviendas ve en las nuevas normas una especie de chantaje que va a arruinarlos.

Una de las curiosidades que va a perder así la República Checa, es el ascensor llamado "paternoster", la cabina de madera sin puerta a la que se accede saltando cuando está en marcha. Así lo hacían nuestros antepasados hace casi un siglo con los tranvías antiguos. Solo que, con el paternoster, no hay otra alternativa. Su despedida va a contener un pedazo de nostalgia. Aunque sigue siendo mejor saltar a tiempo a la Comunidad Europea que tarde del paternoster. ■



Eva Hrozková
Corresponsal de MONEDA ÚNICA en Praga

Beneficios bancarios

MONEDA ÚNICA

Eva Hrozková

Los bancos checos viven tiempos de oro. Los resultados del año pasado han sido los mejores en la historia bancaria checa. El beneficio neto total del sector creció a lo largo del año, en comparación con el año 2001, un 80%. Los depósitos en el año pasado aumentaron un 7,3%. Podría parecer que el sector bancario en el corazón de Europa está sano y fuerte, además de ser estable y fiable.

No obstante, el colapso de 18 bancos que quebraron a lo largo de los últimos nueve años y los intereses, que están bajando cada vez más, despiertan en los pequeños ahorreadores diferentes sentimientos. Desde el crack del primer banco checo en el año 1994, parecía, en la segunda mitad de los años noventa, que el mejor establecimiento bancario era el colchón. La verdad es que los perjudicados eran los clientes de los bancos pequeños y medianos.

Hoy en día, aunque en la República Checa actúan 37 bancos y filiales de los bancos extranjeros, el mercado nacional está repartido sobre todo entre tres de ellos: CSOB, Ceská sporitelna y Komerční

banka. Esta última ganó el año pasado los mayores beneficios en el mercado financiero. Ceská sporitelna, por otra parte, tiene la red más amplia de clientes, sobre todo, de los pequeños clientes que han sido fieles a este banco, cuyos servicios se habían aprovechado ya décadas antes de la revolución del año 1989. Los propietarios de los tres bancos mencionados más exitosos son los bancos extranjeros, que introducen al servicio de banca checa la transparencia y los métodos de gerencia de alta calidad. ■



Seguro de vida

Aunque, durante el año pasado, la población gastó en seguros de vida un 20% más que en el año 2001, el checo medio sigue desembolsando por este tipo de seguridad cuatro veces menos dinero que el habitante medio de la Comunidad Europea.

Hasta ahora, un checo pensaba más en asegurar su propiedad que su vida. Al mismo tiempo, el sistema checo de seguros otra vez crecía más que toda la economía checa, lo que es también, entre otras, consecuencia de las inundaciones catastróficas del año pasado. Las cajas de ahorro, sobre todo desde la adhesión de la República Checa a la Comunidad Europea, esperan la continuación del crecimiento, cuando deberían mejorarse las posibilidades de las empresas checas de exportar y así, animar el crecimiento de la economía checa y, al mismo tiempo, el nivel de vida de los habitantes. ■

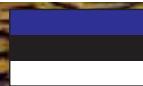
Inversores checos cautos

En comparación con los inversores de los países occidentales de Europa, los checos parecen mucho más conservadores. No les gusta correr riesgos y prefieren los depósitos en el banco, donde consiguen un rendimiento casi invisible.

Aunque la valorización de los depósitos a veces representa sólo el 1% de los intereses, efectivos y depósitos representan, en el caso de los inversores checos, el 62% del portfolio. El beneficio cero está "valorado" por la certeza.

La mentalidad de los inversores checos es la misma que la de la mayoría del pueblo checo que, a pesar de sus tristes experiencias con bancos quebrados que les hicieron perder en ocasiones los ahorros de vida, dejan que su dinero duerma en establecimientos bancarios.

El miedo al riesgo se mezcla con la falta de experiencia. El desconocimiento de las posibilidades causa que no se tenga todavía mucha confianza en las acciones y obligaciones. ■



El gobierno de las tres erres

Del dicho del pasquín electoral, al hecho de la ley aprobada en el Parlamento, va el largo trecho de las negociaciones con el resto de los partidos de la coalición. Esta sería la moraleja para el electorado, que llevó al partido Res pública en Estonia, de la nada, al castillo de Toompea, sede del órgano legislativo o Riigikogu.

En la bandeja de la "nueva política" Juhan Parts, líder de los res publicanos y primer ministro acabado de salir del celofán, nos ofrece un nuevo gabinete. Nuevas caras, carne fresca, pero a muchos se le recrimina (¿y se les nota?) falta de experiencia. Sólo Kristiina Ojuland, la Ministra de Exteriores, conservó su cartera. A decir de algunos, el país se ve bien representado por ella (al menos físicamente).

La "nueva política" habla de ética, pero en el acuerdo tripartito se acordó la reducción progresiva de los impuestos en los futuros años, como querían los reformistas, la segunda erre. También el pago del salario a la madre durante un año con motivo del nacimiento es idea de ellos. Y si se recolectan menos impuestos y se incentiva materialmente la natalidad, de dónde Res pública va a sacar los fondos para mejorar los salarios de los profesores y financiar las investigaciones científicas, como han prometido. La tercera erre: Rahvaliit o Liga Popular es el trampeso antiliberal, conservador. No falta quien le vaticine corta vida a tal Gobierno. Los "invendibles" de Res pública no se dan por vencidos, sus ministros han rechazado los caros coches protocolares. El mensaje: ¡Más sentido común! ■



Jorge Hernández
Corresponsal de MONEDA ÚNICA en Tallinn

Esperando a Tarmo...

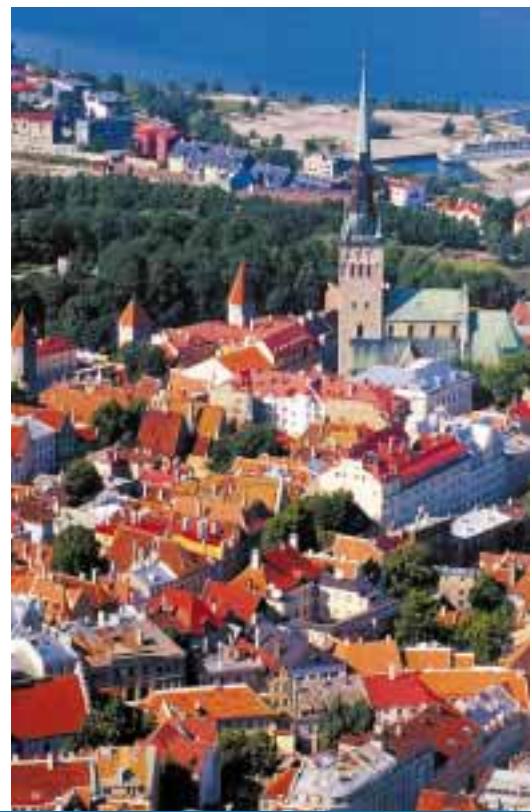
MONEDA ÚNICA

Jorge Hernández

Después de un invierno más largo, frío y con más nieve de lo habitual, Estonia comienza a sacudirse la modorra y a sacar cuentas. Siempre llega el invierno "inesperadamente" y pareciera que en el apogeo preelectoral, éste era otro "encarcego político".

El helado Golfo de Finlandia ha provocado aumentos en el consumo de combustible de los barcos que lo atraviesan con hasta un 30% más con respecto al año pasado, amén de tardanzas de hasta tres horas. Los buques que circulan entre el continente y las islas han sufrido más, necesitando muchos, reparaciones, incluso de las carrocerías. Quien no ha descansado es Tarmo, el único rompehielos de Estonia. Además de abrirle el camino a los barcos de pasajeros, ha debido mantener los puertos accesibles. Debido a la importancia del tránsito para la economía, el Ministerio de Economía y Comunicaciones decidió arrendar rompehielos finlandeses en el mes de enero. Fue así como llegaron Zeus, Protector y más tarde Tor Viking, dando un respiro a Tarmo, quien se pudo concentrar en los cuatro puertos que conforman el Puerto

de Tallinn. El Gobierno tuvo que hallar fondos adicionales de la reserva para mantener la exportación de madera, turba y materiales de construcción desde los puertos de Pärnu y Kunda. ■



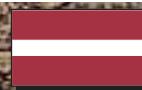
Levantando vuelo

SAS, la mayor aerolínea escandinava, se dispone a comprar el 49 % de las acciones de la aerolínea estonia Estonian Air de manos de la empresa Maersk Air Ltd, como parte de las reestructuraciones en el sector. El 51 % restante de las acciones son propiedad estatal. Recientemente fue inaugurada la línea Tallin-París-Tallin, convirtiéndose en el noveno destino a donde se puede volar regularmente. Durante el primer trimestre de este año aumentó en un 21% el número de pasajeros con respecto al año pasado, gracias a una política de precios moderados. SAS posee ya acciones de la letona Air Baltic y, en febrero, anunció la compra de una parte de Lithuanian Airlines. ■

¿Tigres bálticos?

A pesar de la coyuntura internacional, el Báltico es la zona de Europa que experimenta los más altos crecimientos económicos.

Mientras que en la Zona Euro, la Comisión Europea pronostica para 2003 un 1% en el mejor de los casos, Letonia crecerá en un 6%, Estonia 5,1% y Lituania algo menos. El crecimiento medio de los candidatos a entrar a la UE es del 3,1%. Un papel determinante lo jugará la demanda interna. En el caso de Estonia, llaman la atención otros indicadores positivos como bajo déficit presupuestario estatal, inferior al 2%, baja inflación y tendencia en el descenso del desempleo. ■



La nueva Europa de los 25

La invitación formal a diez países de Europa Central a entrar en la Unión Europea, hecha en la Cumbre de la UE en Atenas, marca un paso crucial hacia la expansión de la UE, convirtiéndola en irreversible. Por supuesto, los intentos de reconciliación después de todas las diferencias sobre Irak condicionaron, en gran medida, la agenda y las prioridades de los líderes europeos. No obstante, como ha aseverado el premier británico Tony Blair, la expansión de la UE es un camino hacia la re-unificación de Europa, y la firma del Tratado de Adhesión de diez nuevos miembros demuestra que "se está en el camino correcto".

Sin embargo, sería un error considerar la expansión un proceso exento de problemas. No todos los miembros de la UE siguen manteniendo el entusiasmo que inspiró el proceso de apertura a los países ex-comunistas después de la caída del muro de Berlín. El presidente francés Chirac volvió a amonestar a los nuevos miembros en el sentido de que "sus lealtades tienen que ser sobre todo con la familia europea". Aun así, también Chirac es consciente de que, en "la nueva Europa", la estructura de poder en las instituciones europeas inevitablemente cambiará y no necesariamente en favor de Francia.

¿Cómo va a funcionar la Europa de los 25 con varios países más en la sala de espera?, eso lo determinará la Convención Europea. Ojalá este verano ya tengamos un proyecto de la nueva constitución europea. Mientras tanto, los nuevos socios sólo pueden desear que los "viejos" se sobrepongan cuanto antes a las tensiones, incluso personales, de las últimas semanas. ■



Eldar Mamedov
Corresponsal de MONEDA ÚNICA en Riga.

Hito histórico para las naciones bálticas

◆ MONEDA ÚNICA

Eldar Mamedov

Los presidentes de Letonia y Lituania, acompañados por numerosos oficiales de los gobiernos de ambos países, firmaron en Atenas el Tratado de Adhesión a la Unión Europea, todo un hito histórico para pequeñas naciones bálticas, que, en palabras del Primer Ministro de Lituania, "garantizará la seguridad del país para, por lo menos, 30 años".

El Tratado de 5.000 páginas para cada país representa todo el curso de las negociaciones de adhesión, incluyendo asuntos como condiciones financieras, las cantidades específicas previstas para los proyectos de infraestructura y desarrollo regional, cuotas agrícolas y pagos para los campesinos y, en el caso de Lituania, el dinero para la clausura del reactor nuclear de Ignalina.

El texto incluye también declaraciones tan relevantes para ambos países como la apertura del mercado laboral para Letonia y Lituania en menos de siete años o la integración en el espacio

Schengen libre de visados.

El Tratado entrará en vigor después de su ratificación por los parlamentos de todos los países miembros y candidatos.

Los letones expresarán su opinión respecto a la adhesión a la UE en el referéndum del 20 de septiembre. Los lituanos lo harán antes, el 10 y 11 de mayo. Las encuestas recientes demuestran que la adhesión la apoyan alrededor de 2/3 de la población en Lituania y un poco más de la mitad en Letonia. ■



Iniciativa privada para el tránsito del petróleo en Letonia

Un consorcio inversor llamado Southern Cross (Cruz del Sur) presentó un plan de construcción de un nuevo terminal para el tránsito de petróleo en la ciudad portuaria de Ventspils. Según las estimaciones, el coste del proyecto sería de un billón de dólares.

El grupo asegura que las empresas letonas recibirán, como mínimo, una tercera parte de los contratos de construcción. Sin embargo, la reacción del Gobierno ha sido hasta ahora muy reservada y no se plantea el apoyo a esta iniciativa hasta que el consorcio presente un plano de negocio detallado. Al mismo tiempo, el Alcalde de la ciudad, que controla la situación en el Puerto, ha dicho que sospecha que el proyecto es fraudulento. ■

Crecimiento de la economía lituana durante 2002

El PIB de Lituania creció un 6,7% en 2002, lo que sus líderes ya proclamaron como la economía con más crecimiento en el mundo. Según el informe del Comité Nacional de Estadística, la economía creció en casi todos los sectores, de manera especial en construcción, transporte y finanzas.

El año 2002 marcó el tercer año consecutivo de la recuperación económica: el resultado de 2001 era un crecimiento del 6,5% y el de 2000 de 4%.

En comparación, la economía de Polonia apenas creció un 1% en 2002. ■





El 29 aniversario de la revolución de los claveles

En el discurso conmemorativo del 29º aniversario de la revolución de los claveles, que pronunció en la Asamblea de la República el Presidente portugués, Jorge Sampaio, se criticó el excesivo punto de vista monetario de la actual política económica del Ejecutivo portugués, dando a entender que, por detrás de los números fríos de la macroeconomía, existen personas de carne y hueso.

La ministra de Hacienda, Manuela Ferreira Leite, interpretó la crítica del Presidente como un incentivo a su determinación en cumplir las imposiciones del pacto de estabilidad. Como el año anterior, el que se cumpla este año el pacto de estabilidad implica unas operaciones imaginativas de ingeniería financiera y el primer ministro, Durão Barroso, sutilmente, ya ha dado a entender que serán necesarios ingresos extraordinarios, lo que dicho en otras palabras, quiere decir aumento de impuestos, para que la meta del 3% sea una realidad.

Sin embargo, se cree que algo más imaginativo se venga pensando, como por ejemplo, una reducción artificial del déficit del sector público administrativo, transfiriéndolo al sector privado a través de la empresarialización de áreas en déficit del estado. Tal es el caso del sector de los 34 hospitales públicos, los cuales están siendo privatizados, no en nombre de la política de la salud, pero sí para conseguir una reducción artificial del mencionado déficit.

También una de las hipótesis para engordar esos ingresos, sería el aumento de peajes y la reducción de la inversión pública, que es la más fácil de cortar, tan sólo bastaría con un despacho interno. ■



Rosa Soria
Corresponsal de MONEDA ÚNICA en Lisboa

El Ministro de Seguridad Social y de Trabajo retrasa el plan de emergencia contra el desempleo

MONEDA ÚNICA

Rosa Soria

Las medidas de emergencia que el Gobierno anunció el 13 de febrero para hacer frente al aumento de desempleo y degradación de las condiciones sociales, tan sólo se envió, para su promulgación, al Presidente de la República el 24 de marzo. Precisamente, el presidente Jorge Sampaio fue quien intervino enérgicamente para que se tomaran estas medidas urgentes, una vez que se sucedieron las noticias de cierres, quiebras y desplazamientos de empresas. Teniendo en cuenta el carácter de urgencia con que fue anunciado el programa de empleo y protección social por el minis-

tro de Seguridad Social del Trabajo, Bagão Félix, el Consejo de Ministros tardó un mes y once días en enviar el documento para su promulgación.

Mientras tanto, los servicios regionales de la Seguridad Social siguen sin autorización legislativa para responder a los pedidos anticipados de prestación económica de desempleo. En la actualidad, se demora cerca de cuatro meses para ser cobrado. A parte de toda esta burocracia, sólo cobrará esta prestación social quien haya trabajado nueve meses en el último año, para aumentar "una migaja" de abono familiar a quien ya tiene la "mala suerte" de estar en el paro. ■

Una fecha que Portugal no olvida pero... la historia ignora

Después de una sesión solemne en el Parlamento para conmemorar el 29º aniversario de la "revolución de los claveles", en la que el Presidente Jorge Sampaio recordó que el control del déficit no es el objetivo final de la política económica y sí una mayor inversión de la productividad y de la competitividad de la economía portuguesa, continuaron una serie de actos conmemorativos que se han venido realizando durante toda la semana.

Así pues, y como cada año, la A25A (Asociación 25 de Abril) convocó una manifestación que se realizó en una de las arterias más importante de la ciudad, Avenida da Liberdade. En su transcurso y presidida por los capitanes de abril, se leía en la pancarta: "25 de abril siempre fascismo nunca más". La lluvia no impidió ese espíritu reivindicativo que el pueblo portugués manifestó, aprovechando para criticar las consecuencias de la guerra de Irak.

Pero lo importante de esta fecha histórica es saber que el 25 de abril de 1974 se puso fin a una dictadura que duró casi medio siglo y que acabó con la descolonización de las colonias portuguesas de Angola, Mozambique, São Tomé e Príncipe, Cabo Verde, Guinea Bisau y Timor Leste. ■

AIND promueve hábitos de lectura de prensa a los jóvenes

La Associação Portuguesa de Imprensa Não Diária está promoviendo una campaña de sensibilización a los jóvenes para la lectura de prensa. El objetivo es incentivarlos al consumo de periódico y revistas, para que se reduzcan los bajos niveles de lectura que, actualmente, existen en el país.

La campaña ha sido concebida gracias a los diversos apoyos conseguidos, tal y como explicó una de las promotoras de la iniciativa, y podrá ser el primer paso para un Plan Nacional de Lectura.

Dicha campaña aparecerá a través de anuncios gratuitos. Para la televisión, ya hay un "Spot" cuya creación y producción fueron ofrecidas por Caixa Alta e Escola Superior de Comunicação Social -. Vinculada a RTP (Radio Televisión Portuguesa). También será visto, este llamamiento, en el cine, radio, "indoor", "outdoor" e internet.

La expresión Hâ? (Traducido a español sería Eh?) será el motor de la campaña, que consiste en estimular la autocrítica, haciendo que los jóvenes busquen la información escrita como forma de afirmación. ■



Sanciones contra Ucrania

Gran Bretaña, Alemania y Canadá han establecido sanciones contra Ucrania. Estos países han seguido las recomendaciones de la FATF (Financial Action Task Force) sobre la preocupación existente de trabajar con bancos ucranianos. Recordamos que Ucrania tenía ya una ley sobre la lucha contra el blanqueo de dinero, pero los expertos de la FATF han advertido que no les satisface su cumplimiento. Ellos han colocado a Ucrania en la lista negra y han recomendado a los 29 países miembros de la FATF que se establezcan sanciones contra el país.

Por ahora, las sanciones son bastante leves, no hay limitaciones para las operaciones que se realicen con este país. Alemania, sin embargo, ha optado por considerar sospechosas todas las operaciones que realiza con los bancos ucranianos y más aún cuando estas operaciones superan los 15.000 euros. Los bancos de EE.UU. estudian de manera escrupulosa todas las operaciones que mantienen con Ucrania. En Gran Bretaña, el Ministerio de Finanzas ha obligado a todos los bancos a facilitar información de todas las operaciones que se lleven a cabo con Ucrania para que sean examinadas por el Servicio de Inteligencia Nacional.

En febrero de este año, la FATF anuló las fuertes contramedidas que se habían tomado contra Ucrania debido a los últimos cambios legislativos que se habían llevado a cabo en el país pero, por el momento, Ucrania sigue estando en la lista negra hasta que la nueva legislación entre en vigor. ■



Olena Kyrylova
Correspondiente de MONEDA UNICA en Kiev

EL Consejo de Europa ayudará a Ucrania en la lucha contra el blanqueo de dinero sucio

MONEDA UNICA

Olena Kyrylova

Los Consejos de Europa y Ucrania han elaborado un plan de trabajo contra la lucha del blanqueo de dinero. Además, algunos países europeos están dispuestos a invitar a los expertos ucranianos contra la lucha del blanqueo de dinero a que participen en los trabajos.

Inglaterra, Bélgica, Francia, Italia y Eslovenia se han ofrecido a compartir con los expertos ucranianos su experiencia dentro de este campo. Desde el Consejo de Europa, se ha aconsejado en múltiples ocasiones a Ucrania cómo luchar de una manera más eficiente contra el problema del blanqueo de dinero. La Unión Europea ha asignado un presupuesto de cerca de un millón de euros a este proyecto. Además el Consejo va a apoyar a Ucrania durante dos años

mediante un soporte jurídico.

Con este proyecto el Consejo europeo pretende ayudar a Kiev a establecer un sistema que le facilite la lucha contra el blanqueo de dinero y su adecuación a los estándares europeos e internacionales. ■



Ucrania puede salir de la lista negra en diciembre de 2003

La FATF puede excluir a Ucrania de la lista negra en la sesión que se celebrará en diciembre, después de que Ucrania demuestre que las leyes sobre la lucha contra el blanqueo de dinero ya están en vigor. El Banco Nacional de Ucrania ha elaborado un plano de medidas sobre el cumplimiento de las condiciones de la FATF y lo ha presentado ante los representantes de las organizaciones financieras internacionales.

También ha subrayado que en el momento en el que la ley contra la lucha del blanqueo de dinero entre en vigor (10 de junio de 2003), El Banco Nacional y otros comerciales tendrán que estar completamente preparados para esto. Por eso el plano de medidas incluye la perfección de la base normativa y la comprobación de su cumplimiento y también la instrucción de los funcionarios de los bancos. ■

Policía fiscal contra el blanqueo de dinero

Desde el principio del año 2003, la policía fiscal de la Administración fiscal de Ucrania instruyó 110 procesos judiciales sobre el blanqueo de dinero por actuaciones delictivas. Del conjunto de procesos, 22 son de la legalización de dinero sucio, cuya suma supera el millón de gryvnias (cerca de 200.000 euros).

Estos hechos fueron revelados en la rueda de prensa que ofreció el vicepresidente de la Administración Fiscal de Ucrania y jefe de la policía fiscal, Victor Zhvaluk.

En la rueda de prensa, se explicó que desde principio de año había prevenido la transferencia al extranjero de 152 millones de gryvnias (casi 25 millones de euros). En esta operación, la policía fiscal logró descubrir 42 casos que llevaban incorporadas firmas falsificadas. ■



La crisis que se acerca batirá los récords del año 1998

Los economistas hacen de nuevo pronósticos tristes sobre el destino de Rusia. La economía rusa se ve nuevamente amenazada por la crisis.

Los economistas rusos han advertido que *"la nueva crisis puede alcanzar el nivel de la crisis de agosto del 1998, cuando la economía rusa prácticamente se derrumbó"*. Los expertos afirman que la economía de Rusia ya no crece más, aseguran que las inversiones exteriores han caído hasta el límite (el volumen de las inversiones se ha reducido desde 17,7% en el año 2001 hasta 1,8% en éste).

Al mismo tiempo, los salarios están creciendo de una forma extraordinariamente rápida (aproximadamente hasta el 40%), aunque se está convirtiendo en una práctica habitual que los trabajadores perciban con demora sus salarios.

El comercio regresa a las operaciones de trueque y otras variedades de cambio de productos típicas a mediados de los años noventa.

Hace unas semanas, el presidente ruso Vladimir Putin dijo abiertamente que estaba disgustado con el Gabinete de Ministros, porque el crecimiento de la economía en límites desde 3,6% hasta 3,8% está muchísimo más bajo de lo que esperaban. En el año 2001, el crecimiento de la economía era 9%, en el año 2002, del 5%. Con el crecimiento de la economía un 3,5%, según los pronósticos de los expertos, Rusia logrará el nivel de los países de la Unión Europea dentro de 100 años. ■



Olena Kyrylova
Correspondiente de MONEDA ÚNICA en Moscú

Moscú es la quinta ciudad más cara del mundo

MONEDA ÚNICA

Olena Kyrylova

La firma Cuchman&Wakefield ha publicado en Nueva York un ranking anual de las ciudades del mundo con las oficinas más caras. En esta lista, Moscú ocupa el quinto lugar. Según los datos de Cuchman&Wakefield, el precio medio de una oficina en Moscú es de 729 euros al año por metro cuadrado.

Por delante de Moscú, solamente vemos a Londres (1478 ₩), Tokio (1104 ₩), París (961 ₩) y Nueva York (770 ₩). En Moscú la superficie de las oficinas que se venden a las compañías y empresas, al principio del año 2003, formaba 2,4 millones de metros cuadrados. Los arrendadores más activos son: las compañías de la industria del petróleo y del gas (17% de la cantidad total de la superficie), las compañías de la metalurgia y de la venta de metales (15,5%), las compañías que prestan los servicios profesionales (11,7%), los bancos (11,6%), y los medios de



comunicación social (8,5%). Durante los últimos seis meses en Moscú, no ha sido privatizada ni una sola oficina, pero el precio de la renta cada año crece un 1,5%.

Desde enero de 2003 el coste de la renta ha aumentado cinco veces más. Por esto últimamente es más rentable comprar las oficinas que alquilarlas. ■

El 53% de los rusos viven sin teléfono

Menos de la mitad de la población rusa (aproximadamente un 47%) pueden aprovecharse de la comunicación telefónica. Durante un año, el porcentaje de personas que pueden tener teléfono en su domicilio ha crecido en un 3% (en mayo de 2002 el 44% de los rusos tenían teléfono). Sólo un 9% de los rusos dispone en este momento de un teléfono móvil (en mayo de 2002 solo el 5%), en cuanto al ordenador, únicamente el 10% de población rusa tiene en su domicilio uno (en mayo del año pasado -6%).

Según los datos de un sondeo realizado, solamente el 11% de los encuestados emplean ordenadores en casa, en el trabajo o en otros sitios cada día o unas veces a la semana, el 4% menos de una vez por semana, el 1% manejan el ordenador una o dos veces al mes y otro 1% menos de una vez al mes. Nunca utilizan ordenador el 81% de los rusos. Según los estudios de los sociólogos, solamente el 2% de la población rusa emplea Internet cada día y el 91% de los rusos nunca ha trabajado con Internet. ■

Paga y estudia

Los rusos destinan más de una tercera parte de su sueldo a la educación de sus hijos. Casi todos los padres quieren que sus hijos continúen los estudios después del colegio, aunque esto no esté al alcance de todos los bolsillos.

Según datos de una encuesta, solamente el 40% de las familias rusas cumplen fácilmente con los gastos del colegio y el 18% pueden asignar dinero para los estudios en la universidad. Otro problema que destacan los encuestados, es el de las relaciones dinararias entre los profesores y estudiantes.

Muchos de ellos reconocen que se producen sobornos para poder acceder a la matrícula de la universidad. Los malos estudiantes tienen que pagar dinero por pruebas y exámenes (eso vale de 25 a 100 dólares). Para que no te echen de la universidad por el desaprovechamiento de los estudios, tienes que pagar 400 dólares. Solamente el 20% de los estudiantes no se ha visto sometidos a la práctica de los sobornos, compra de las tesinas y tesis. ■

programa de formación en comercio internacional

2002 - 2003

ceco

fundación
centro de
estudios
comerciales

Comercio internacional

Curso Superior de Dirección de Comercio Exterior

Curso de Especialistas de Comercio Exterior y Relaciones Internacionales

Curso Superior de Dirección de Comercio Exterior (a distancia)

Curso Básico de Comercio Exterior

Curso Básico de Comercio Exterior (a distancia)

Curso Superior de Derecho Económico Internacional (a distancia)

Curso Superior de Derecho del Comercio Internacional (a distancia)

Curso de Financiación de Proyectos Internacionales

Curso Superior de Logística y Transporte Internacional

Curso de Negociación y Contratación Internacional

Curso de Financiación Multilateral del Desarrollo

Curso de Inglés para el Comercio Exterior

Serrano 208 - 28002 Madrid
Teléfono: 91 563 18 15 • Fax: 91 564 60 69
<http://www.ceco.es> • e-mail: ceco@ceco.es

Formarse para el negocio internacional

MONEDA ÚNICA
Beatriz Campillo

Formarse para el negocio internacional es la clave de la competitividad de las empresas y la de los jóvenes licenciados que elijan cursar un master como apuesta de futuro.

La reciente desaceleración económica, ha provocado un descenso en las oportunidades de trabajo. Es por esto, que las empresas buscan jóvenes cada vez mejor formados para cubrir puestos de responsabilidad.

Los datos de crecimiento en las escuelas de negocios españolas son sorprendentes. Sólo en 2002 generaron una facturación de 412 millones de euros.

Las escuelas de negocios españolas han ido adaptándose a los tiempos cubriendo un gran número de plazas. La mayor parte de los alumnos, al mismo tiempo, han decidido apostar por su internacionalización con una visión global de su formación, complementándola con estudios de idiomas. Esto se refleja en que una buena parte de sus alumnos proceden de otros países.

Los MBA, Masters en Dirección de Empresas, son los programas en los que el



nivel de competencia internacional es más elevado, ya que todas las escuelas quieren formar a los mejores candidatos.

En esta sección, Moneda Única presenta algunas de las más reconocidas y prestigiosas escuelas de negocios nacionales e internacionales que presentan sus programas, MBA, acuerdos o actividades relacionados

con comercio internacional o dirección de empresas.

Para completar este especial de escuelas de negocio, ofrecemos un amplio listado con las escuelas en las que los profesionales interesados encontrarán información actualizada sobre MBA, masters en comercio internacional y en logística. ■

ESCUELAS DE NEGOCIO EXTRANJERAS DE REFERENCIA



SDA BOCCONI

MBA - MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

MASTER OF INTERNATIONAL ECONOMICS AND MANAGEMENT

Dirección: UCI Via Balilla, 18 - 20136 Milan, Italia
Tel. (+39) 025 836 31 25 - Fax. (+39) 025 836 32 75
Web: www.sbabocconi.it/mba-en e-mail: MBA@sdabocconi.it

UNIVERSITY OF OXFORD

EXECUTIVE MBA

Dirección: Dorothy Cooke, Templeton College, University off Oxford - Oxford OX1 5 NY - UK
Tel. (+44) 01 1865 422 501 - Fax. (+44) 01 1865 422 776
Web: www.excede.oxford.edu e-mail: info@excede.oxford.edu

HARVARD

MBA PROGRAM

2 años

Dirección: Admissions Office, Dillon House, 02163 Boston, Massachusetts
Tel. 617 495 6000
Web: www.hbs.edu/mba - e-mail: admission@hbs.edu

IMD-INTERNATIONAL INSTITUTE FOR MANAGEMENT DEVELOPMENT

PROGRAMAM FOR EXECUTIVE DEVELOPMENT (EXECUTIVE MBA)

Dirección: Chemin de bellerive 23 - PO Box 915, CH-1001 - Lausanne, Switzerland
Tel. (+41) 21 618 03 42 - Fax. (+41) 21 618 07 15
Web: www.imd.ch/ped - e-mail: info@imd.ch

INSEAD

MBA PROGRAMME

enero-diciembre / septiembre-junio - 1 año

Dirección: MBA Adminisions Office, Boulevard de Constance - F-77305 Fontainebleau Cedex
Tel. (+33) 01 60 72 40 05 - Fax. (+33) 01 60 74 55 30
Web: www.insead.edu/MBA - e-mail: mba.info@insead.edu

Ranking de escuelas de negocios

Durante los últimos años, han surgido un gran número de ranking que analizan, valoran y comparan la calidad de la oferta de postgrado más significativa del mercado basándose en unos criterios específicos.

Los MBA y Executive Education son objeto de estudio y hay que valorarlos teniendo en cuenta lo que se busca.

En este sentido, el ranking de programas y escuelas de negocio más reconocido del mundo, es el del Financial Times, ya que analiza la calidad de los programas, el grado de satisfacción de los alumnos respecto a la preparación y el diseño de los cursos, el claustro de profesores, la importancia concedida al desarrollo de contenidos y habilidades directivas, el cumplimiento de las expectativas o la internacionalización de los programas.

El Instituto de Empresa ocupa la 13ª posición mundial en programas de formación para ejecutivos

El Instituto de Empresa ocupa la 13ª posición mundial en programas de formación para ejecutivos, y la 1ª en los países de habla hispana, según el Ranking 2002 de Executive Education del Financial Times.

Este ranking de escuelas de negocios, que analiza los Programas Abiertos para Directivos y la Formación In-Company, sitúa al Insti-

tuto de Empresa como la cuarta escuela de negocios europea, detrás de IMD, Insead y London Business School, y la primera en los países de habla hispana. En Programas Abiertos, el IE ocupa la 1ª posición europea y la 8ª plaza a nivel internacional.

Este excelente resultado refrenda el esfuerzo que está realizando el IE, con el objetivo de ofrecer los mejores programas de formación directiva. En esta línea se inscribe la Alianza Sumaq, que suscribió el pasado año el Instituto de Empresa junto con siete escuelas de negocios líderes en América Latina, con el objetivo de ofrecer programas de formación ejecutiva a corporaciones multinacionales, a través de una plataforma tecnológica común, con un claustro compartido de 500 profesores y una red de campus diseminados en dos continentes. El IE apuesta firmemente por la aplicación de las tecnologías a la formación, y trabaja en el desarrollo de programas on-line y semipresenciales como el International Executive MBA.

El Instituto de Empresa es una escuela de negocios internacional, orientada a formar a emprendedores y directivos de empresa. Con una amplia cartera de programas Master y Cursos de Postgrado, proporciona las herramientas y las habilidades de dirección necesarias para gestionar con éxito una compañía. ■

RANKING MUNDIAL EXECUTIVE EDUCATION 2002

Rank	Escuela	País
1	Columbia Business School	USA
=2	Harvard Business School	USA
=2	Duke (CE & Fuqua)	USA
4	University of Pennsylvania: Wharton	USA
5	Stanford University GSB	USA
6	IMD	Suiza
7	Centre for Creative Leadership	USA
8	UNC: Kenan-Flagler	USA
9	Northwestern University: Kellogg	USA
10	Insead	Francia
=11	University of Michigan	USA
=11	London Business School	UK
13	Instituto de Empresa	España
14	IESE Business School	España
=15	University of Virginia: Darden	USA
=15	Babson College	USA
17	UCLA: Anderson	USA
18	Thunderbird	USA
=19	Stockholm School of Economics	Suecia
=19	Ipade	Méjico
21	University of Western Ontario: Ivey	Canadá
22	Pennsylvania State: Smeal	USA
=23	HEC - CPA	Francia
=23	Esade	España
25	Ashridge	UK
26	University of Chicago GSB	USA
27	Henley Management College	UK
28	SDA Bocconi	Italia
29	IAE Management and Business School	Argentina
=30	UC Berkeley: Haas	USA
=30	Cranfield School of Management	UK
32	Essec Management Education	Francia
=33	AGSM	Australia
=33	Helsinki School of Economics, Executive Education	Finlandia
35	University of Wisconsin-Madison	USA



ESCUELA DE PROYECTOS INTERNACIONALES

www.corpsolutions.net

WORKSHOPS sobre:

GESTIÓN DE PROYECTOS FINANCIADOS POR ORGANISMOS INTERNACIONALES

Próximas actividades:

- ✓ 20 y 21 de mayo 2003. DISEÑO, MARCO LÓGICO Y PREPARACIÓN DE PROYECTOS
- ✓ 10 y 11 de junio 2003. GESTIÓN, REDACCIÓN DE INFORMES Y CONTROL FINANCIERO DE PROYECTOS
- ✓ 1 y 2 de julio 2003 SUPERVISIÓN, MEDICIÓN DE IMPACTO Y EVALUACIÓN DE PROPUESTAS Y PROYECTOS

Dirigido a Consultorías, Ingenierías, Bufetes, Responsables de proyectos internacionales de Admón. Públicas, Bancos e Instituciones Financieras y Expertos independientes. Impartido por profesionales con más de 20 años de experiencia en proyectos, consultoría y servicios para EUROPEAID, BM, BID, BAD, BERD etc.

MBAS Y MBAS INTERNACIONALES

ALITER - Escuela Internacional de Negocios

Máster en Dirección General de Empresas (MBA)
 Comienzo: octubre/febrero - 700 horas
 Dirección: C/ Maestro Ripoll, 18 - 28.006 Madrid
 Tel. 91 561 48 80 - Fax. 91
 Web: www.aliter.org - e-mail: aliter@aliter.org

CEPADE

Máster de Dirección Internacional de Empresas (MBA-Internacional) 6.750 €
 octubre a junio - 800horas; (80 créditos)
 Dirección: Avda. de Brasil, 6 - 28.020 Madrid
 Tel. 91 556 2495 - Fax. 91 556 60 11
 Web: www.cepade.es - e-mail: info@cepade.es

Columbus IBS

M.B.A. Internacional
 Comienzo: 14 meses - 1.900 horas
 Dirección: Gran Vía , 22 - 50005 Zaragoza
 Tel. 976 22 77 67 - Fax. 976 21 38 18
 Web: www.columbusibs.com - e-mail: columbus@columbusibs.com

EADA - Barcelona

Máster MBA Internacional 14.500 €
 Comienzo: 30 de septiembre a 25 julio 2003
 Dirección: C/ Aragó, 204 - 08.011 Barcelona
 Tel. 93 452 08 44- Fax. 93 323 73 17
 Web: www.eada.es - e-mail: info@eada.es

EOI - Escuela de Organización Industrial

Máster MBA Internacional 15.300 €
 Comienzo: octubre a julio - 850 horas
 Dirección: C/ Gregorio del Amo, 6 (Ciudad Universitaria) - 28040 Madrid
 Tel. 91 349 56 15 - Fax. 91 554 23 94
 Web: www.eoi.es - e-mail: informacion@eoi.es

Fundación ESADE, Business School

MBA Full Time
 Comienzo: septiembre - 18 meses, 1250 horas
 Dirección: Avda. Pedralbel, 60-62 - 08.034 Barcelona
 Tel. 93 280 29 95 - Fax. 93 495 20 98
 Web: www.esade.edu - e-mail: admissions@esade.edu

ESTE - Universidad de Deusto San Sebastián

Máster MBA (Programa Internacional) 11.500 €
 Comienzo: septiembre 2002 a diciembre de 2003 - 1.350 horas / septiembre 2003 a junio 2004 - 2.000 horas
 Máster European Management Programme 11.500 €
 Comienzo: septiembre 2002 a junio 2003 (cuatrimestres en Bilbao, Francia y Reino Unido)
 Dirección: C/ Mundaiz, s/n - 20012 San Sebastián (Guipúzcoa)
 Tel. 943 32 66 00 - Fax. 943 32 64 61
 Web: www.deusto.es - e-mail: webtecnica@deusto.es

Instituto de Empresa

Máster International Executive MBA 28.500 €
 Comienzo: octubre, 1 año
 Máster International MBA 28.500 €
 Dirección: C/ M^a de Molina, 13 - 28.006 Madrid
 Tel. 91 568 96 10 - Fax. 91 411 55 03
 Web: www.ie.edu - e-mail: admissions@ie.edu

Instituto Superior de Estudios Empresariales

Máster en Gestión Estratégica de la empresa 5.709,61 €
 Duración: Máximo 20 meses - 700 horas
 Dirección: C/ Alfonso Rodríguez Santamaría, 19 - 28002 Madrid
 Tel. 91 563 33 83 - Fax. 91 411 61 49
 Web: www.isee.es - e-mail: comercial@isee.es

EUNCET - Escola Universitària de negocis caixaterrassa

MIBA Máster en Direc. Intern. de empresas 8.714,67 € y 9.015,18 € (1º y 2º curso)
 Comienzo: Dos cursos de octubre a julio - 680 horas
 Dirección: Ctra. de Terrassa a Talamanca, Km. 3 - 08.227 Terrassa (Barcelona)
 Tel. 93 730 19 00 - Fax. 93 730 19 01
 Web: www.euncet.com - e-mail: master@euncet.net

Centro Internacional Carlos V

Máster en Economía y Dirección Internacional de Empresas 7.200 €
 Comienzo: octubre a junio - 500 horas
 Dirección: Carretera Colmenar Viejo, km. 15 Ciudad Universitaria de Cantoblanco - 28049 Madrid
 Tel. 91 397 39 16 - Fax. 91 397 39 19
 Web: www.uam.es/carlosv - e-mail: centro.carlosv@uam.es

CESTE

MASTER MBA FULL TIME 10.850 €
 Comienzo: octubre a julio, 850 horas
 Pº de los Infantes de España, 3 50012 Zaragoza
 Tel. 976 56 85 86 - Fax. 976 56 85 99
 Web: www.ceste.com - e-mail: info@ceste.com

EAE - Escuela de Administración de Empresas

Máster de Internacional MBA 10.800 €
 Comienzo octubre - 1.200horas
 Máster in International Business Management 4.988 €
 Comienzo octubre - 650 horas
 Dirección: Avda. Catedral, 6 - 08.002 Barcelona
 Tel. 902 180 633 - Fax. 93 319 44 36
 Web: www.eae.es - e-mail: eae@eae.es

Escuela Europea de Negocios

Máster Internacional MBA 16.697 €
 Comienzo: octubre a julio 2003 - 1.650 horas (+2 meses en el extranjero)
 Dirección: C/ Cinca, 30 (El Viso) - 28002 Madrid
 Tel. 91 563 61 56 - Fax. 91 745 29 80
 Web: www.een.es - e-mail: madrid@een.es

Extensión Universitaria La Salle

Máster Internacional de Gestión y Administración de Empresas MBA
 Comienzo: octubre 2002 - junio 2003 - 1.200 horas
 Dirección: Campus Madrid C/ La Salle, 8 - 28023 Madrid
 Tel. 91 740 19 80 - Fax. 91 357 17 30
 Web: www.eulasalle.com - e-mail: masters@eulasalle.com

ESIC - Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing

MBAI - Master MBA Internacional en Dirección Empresarial
 Duración: octubre - julio
 Dirección: Avda. de Valdenigrales, s/n - 28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid)
 Tel. 91 452 41 00 - Fax. 91 352 85 34
 Web: www.esic.es - e-mail: info@cef.es

IDE- CESEM

Máster MBA Internacional 9.617 €
 Comienzo 21 de octubre 2002 - 800horas
 Dirección: Pº General Martínez Campos, 46 - 28.010 Madrid
 Tel. 91 310 51 80 - Fax. 91 310 46 75
 Web: www.ide-cesem.com - e-mail: info@ide-cesem.com

IESE Business School University of Navarra

Máster Global Executive MBA
 Comienzo: octubre a mayo - 2.000 horas
 Dirección: Avenida Pearson, 21 - 08.034 Barcelona
 Tel. 93 253 42 28 - Fax. 93 253 43 43
 Web: www.iese.edu - e-mail: executive@iese.edu

Universidad Antonio de Nebrija

Máster MBA Internacional 11.665 €
 Comienzo: octubre a junio, 1.000 horas
 Dirección: Campus de La Berzosa - 28.240 Hoyo de Manzanares (Madrid)
 Tel. 902 321 322 - Fax. 91 859 45 21
 Web: www.nebrija.es - e-mail: postgrad@nebrija.es

ESCI

Master of International Business MIB Executive 9.015 €
 Comienzo: octubre - 500 horas
 Dirección: Pº Pujades, 1 - 08.003 Barcelona
 Tel. 93 295 47 10 - Fax. 93 295 47 20
 Web: www.esci.es - e-mail: esci@escl.es

INSEAD, educación empresarial líder

Con campus en dos continentes, INSEAD está ampliamente reconocido como la escuela de negocios más importante del mundo. Sus alumnos, representan a más de 70 nacionalidades, se encuentran con un ambiente único que les proporciona una flexibilidad internacional requerida para su éxito en el actual mundo de los negocios.

INSEAD ha preparado a excelentes individuos para la dirección de empresas durante más de 40 años y fue la primera escuela de negocios en introducir un programa MBA de un año de duración y en abrir un campus en Asia. El MBA INSEAD está reconocido en todo el mundo y es la principal fuente de contratación para las empresas, además de ser el mayor proveedor de formación para directivos en Europa, Asia y América.

El programa MBA INSEAD tiene una duración de un año y requiere cursar 14 asignaturas comunes y un mínimo de 10 optativas. Todos los cursos son impartidos desde una perspectiva completamente internacional. El currículum es lo suficientemente flexible para permitir a los participantes adaptar el MBA a sus objetivos profesionales.

Hay dos épocas del año para comenzar a cursar un MBA, conocidos como "promotions" en Fontainebleau y en Singapur: de

enero a diciembre y de agosto a julio.

Ambas promociones están organizadas en períodos de ocho semanas y cada periodo termina con un examen y un pequeño descanso. Las promociones son idénticas, académicamente hablando, pero la que comienza en enero incluye las vacaciones de verano de siete semanas.

En noviembre de 2003, INSEAD iniciará su programa Executive MBA, con una duración de 14 meses de los cuales dos de ellos se realizan en el campus.

Este programa tiene tres objetivos principales: desarrollar la competencia empresarial de sus participantes, proporcionarles una actitud global y reforzar sus habilidades de liderazgo.

Los participantes del MBA INSEAD proceden de todo el mundo y cada año la escuela matricula a dos clases de unos 300 alumnos en Fontainebleau y 100 en Singapur. La selección se basa en una combinación de resultados académicos, potencial empresarial, características personales y conocimiento internacional.



Sede del INSEAD.

La visión que INSEAD tiene para una nueva educación empresarial, es crear una red de aprendizaje y conocimiento global a la que se unan sus participantes. Es más, el curso asistencial en los campus sólo es el primer paso de una relación para toda la vida.

La tecnología es un elemento clave en la formación y, por lo tanto, la escuela está trabajando para crear una comunidad para el aprendizaje y compartir experiencias online.

El campus de Singapur y su reciente alianza con Wharton, son vitales para realizar estos proyectos ya que ser globales, significa estar localmente presentes en todo el mundo.

Globalización y tecnología y el crecimiento de la economía presentan a INSEAD como una oportunidad única para conseguir una red modelo de escuela de referencia en la educación empresarial. ■

Formación innovadora y de calidad en la Universidad Bocconi

La Escuela de Negocios de la Universidad de Bocconi (SDA Bocconi) ha sido un punto de referencia en la educación de directivos durante más de 30 años en Italia. Actualmente, pretende serlo también en Europa, según las palabras del nuevo decano Maurizio Dallocchio, quién dirige la escuela desde principios de 2003.

Aunque el programa más destacado de

Bocconi es el Master en Dirección de Empresas (SDA), el centro ofrece una amplia variedad de programas MBA dirigidos a jóvenes managers internacionales que pretenden introducirse en el mundo de los negocios, entidades públicas y privadas financieras y de seguros. El año pasado, casi la mitad de los participantes procedían del extranjero (una clase se imparte en italiano y otra en inglés), pero la cuota de estudiantes extranjeros fue superior al 80% en el Master of International Economics and Management (MIEM) y en el International Master in Management, Law and Humanities of Sport (MASPORT).

"La cultura italiana da la bienvenida a los extranjeros", afirma Andrea Gasparri, director gerente de la Escuela, *"que pueden venir y vivir una experiencia increí-*

ble, realizando el MBA de SDA de Bocconi, descubrirán el país. De esta forma, la experiencia educativa es realmente internacional".

El principal objetivo del decano Maurizio Dallocchio está dirigido hacia la internacionalización. *"En los próximos años vamos a tener una facultad cada vez más internacionalizada"*, afirma Dallocchio *"con más programas MBA, dirigidos a los directivos de empresas multinacionales".*

Otra de las prioridades es la formación para ejecutivos. El objetivo, según el decano es que para los participantes sea una experiencia innovadora y completa ya que la experiencia en formación empresarial de la escuela durante más de 30 años está avalada por miles de jóvenes y managers ■

Sede de la Universidad Bocconi en Milán, Italia.



I Competición Internacional de análisis de directivos de ESADE

La primera edición del ESADE MBA Business Review contará con la participación de 300 estudiantes de MBA de 41 países distintos, pertenecientes a 35 de las más prestigiosas escuelas de negocios ubicadas en 14 países de los cinco continentes, como por ejemplo Wharton School, London Business School y la China Europe International Business School.

El proyecto ESADE MBA Business Review, es una competición internacional de artículos sobre corporate governance, así como de aspectos concretos relativos a la remuneración financiera del CEO y al papel del consejo de administración. De todos los proyectos entre-

gados, un equipo formado por profesores y expertos de ESADE escogerán y analizarán los diez artículos más brillantes, que serán publicados íntegramente en verano de 2003.

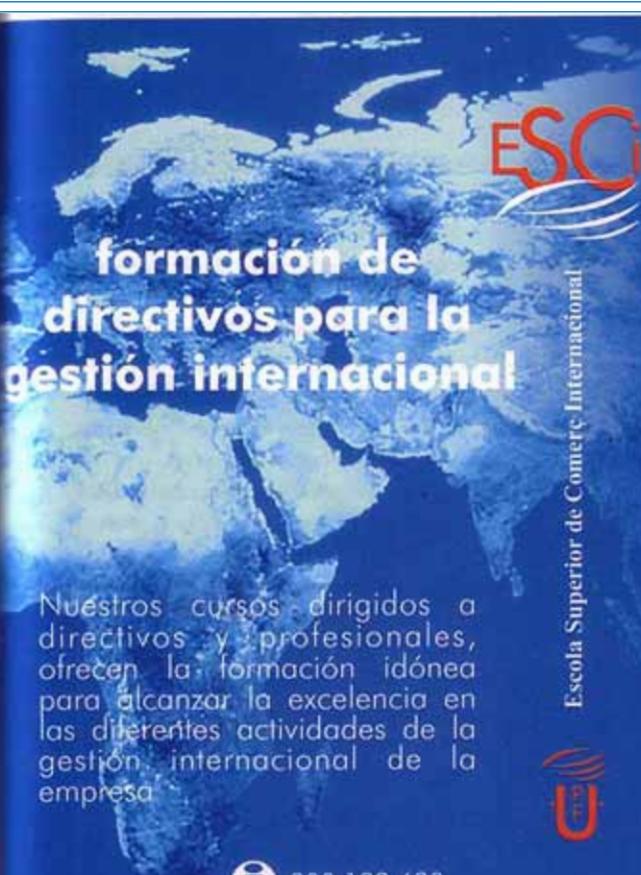
En esta publicación, además de los artículos seleccionados, se incluirá un estudio cualitativo de los ensayos realizados por un equipo de profesores y expertos de ESADE para analizar las tendencias del actual colectivo MBA de todo el mundo. Además, la publicación se completará con un análisis de todos los artículos a partir de un cuestionario, lo que permitirá explorar aspectos tan relevantes como la visión, los valores, las creencias éticas y los anhelos de los



participantes.

El grupo de profesores y expertos estará dirigido por Simón L. Dolan, director de Centro de Estudios Laborales de ESADE, considerado una autoridad mundial en recursos humanos y comportamiento de las organizaciones.

ESADE cuenta, en la actualidad, con más de 10.000 alumnos en sus centros de formación de Madrid y Barcelona. Esta escuela, ofrece una amplia variedad de programas adaptados a las necesidades de públicos muy diferentes y tiene acuerdos de colaboración con más de 80 universidades de todo el mundo. ■



formación de directivos para la gestión internacional

Nuestros cursos dirigidos a directivos y profesionales, ofrecen la formación idónea para alcanzar la excelencia en las diferentes actividades de la gestión internacional de la empresa.

900 122 630
www.esci.es
esci@esci.es

ESCI

Master International Business M.I.B. Executive

Formación de directivos con especial excelencia para dirigir negocios con otros países, coordinar equipos de diferentes culturas, desarrollar nuevas formas de gestión empresarial y potenciar las habilidades de comunicación y negociación.

500 horas lectivas, de septiembre a julio.

POSGRADOS

Dirección Comercial Internacional Avanzada

220 horas lectivas, de noviembre a mayo.

Curso Superior de Comercio Internacional

270 horas lectivas, de octubre a junio.

PROGRAMAS DE ALTA DIRECCIÓN

- **Comunicación y negociación internacional**
- **Estrategia financiera internacional**
- **Gestión internacional de compras**
- **Creación y control de redes en el exterior**

50 horas lectivas cada uno de los cursos.

MASTERS EN LOGÍSTICA

ADL - Asociación para el desarrollo de la logística

VI Edición. Programas de Perfeccionamiento Directivo en Logística Integral	3.125 €
18 de octubre 2002 - 12 de abril 2003 - 200 horas	
Máster en Logística Integral aplicada a la empresa	5.800 €
15 de octubre 2002 - 17 de julio 2003 - 1.453 horas	

Dirección: Avda. Pío XII, 1, esc. 3, 6º, 12º - 46.009 Valencia
Tel. 96 346 30 50 - Fax. 96 346 30 51
Web: www.adl-logistica.org - e-mail: formacion@adl-logistica.org

CEMA - Centro de Estudios Marítimos del Atlántico

Máster Internacional en Derecho Marítimo	4.808 €
Comienzo: 25 de octubre a junio de 2003 - 500 horas	
Dirección: C/ Albareda, 54, 2º planta - 35.008 Las Palmas de Gran Canaria Tel. 928 26 54 52 - Fax. 928 22 49 75 Web: www.cesma.es - e-mail: info@cesma.es	

Fundación ICIL, Instituto para el Desarrollo e Investigación Logística

Máster en Logística Integral	3.605 €
Comienzo: octubre a junio (dos ediciones) - 400 horas	
Dirección: World Trade Center- Moll de Barcelona Edif. Est 3º Planta - 08039 Barcelona Tel. 93 508 82 72 - Fax.: 93 508 82 73 Web: www.icil.org - e-mail: fundacion@icil.org	

IPEC - Inst. Portuario de Est. y Cooperación de la Comunidad Valenciana

Máster en Gestión Portuaria y Transporte Intermodal	9.060 €
Duración: octubre a junio, 500 horas	
Dirección: Edif. del Reloj, Muelle del Grao, s/n - 46024 Valencia Tel. 96 393 94 00 - Fax. 96 393 94 09 Web: www.ipec.es - e-mail: ipec.formacion@valenciaport.com	

CESTE

Máster en Dirección de Logística Integral	5.300 €
Duración: enero a noviembre, 400 horas	
Pº de los Infantes de España, 3 50012 Zaragoza Tel. 976 56 85 86 - Fax. 976 56 85 99 Web: www.ceste.com - e-mail: info@ceste.com	

CEDEX - (Puertos del Estado)

Máster en Ingeniería de Puertos y Costas	3.600 €
Comienzo: 3 febrero - 30 junio 2003 - 500 horas	
Dirección: C/ Alfonso XII, 3 - 28.014 Madrid Tel.: 91 335 73 06 - Fax: 91 335 73 14 Web: www.fundacionportuaria.es - e-mail: formacion@cedex.es	

Facultat de Nàutica de Barcelona

Máster en Derecho y Negocio Marítimo y Gestión Portuaria (Shipping Business)	
Comienzo octubre 2002 - 500 horas	
Dirección: Pla de Palau, 18 - 08003 Barcelona Tel. 93 401 77 95 - Fax. 93 401 79 10 Web: www.upc.es/fnb/ - e-mail: conchi@fnb.upc.es	

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

Máster en Logística Empresarial	6.800 €
Comienzo: octubre a julio - 420 horas	
Dirección: C/ Balmes, 132 - 08008 Barcelona Tel.: 93 542 18 00 - Fax.: 93 542 18 08 Web: www.upf.es/idec - e-mail: idec@upf.es	

IME - Instituto Marítimo Español

Máster en Negocio y Derecho Marítimo	10.000 €
Comienzo: octubre a junio, 500 horas	
Máster en Gestión de Marinas y Turismo Náutico	6.000 €
Comienzo: noviembre a junio - 500 horas	
C/ Jorge Juan 19, 1º dcha. - 28001 Madrid Tel. 915 774 025 - Fax. 915 757 341 Web: www.ime.es - e-mail: maritimo@ime.es	

Universidad de Zaragoza

Máster en Logística	6.000 €
Comienzo: noviembre - 840 horas - 2 años	
Edificio de Agustín Betancourt, c/ María de Luna, 3 (ACTUR)- 50015 Zaragoza Tel. 976 76 26 11 - Fax. 976 76 26 12 Web: www.cps.unizar.es - e-mail: spablos@posta.unizar.es	

Master en Gestión Portuaria y Transporte Intermodal del IPEC

El Master en Gestión Portuaria y Transporte Intermodal (MGPT) se enmarca dentro de los Programas de Formación que la Fundación IPEC desarrolla e imparte conjuntamente con el ICAI-ICADE de la Universidad Pontificia Comillas. El MGPT nació en 1992 de la mano de la Autoridad Portuaria de Valencia siendo un programa pionero en su especie en el panorama universitario y en el sector marítimo portuario español. En la actualidad, el MGPT se encuentra finalizando su 11ª edición y ya son más de 250 profesionales del sector portuario los que se han beneficiado de este programa formativo.

El objetivo del MGPT es mejorar la competitividad de las empresas y entidades relacionadas con el transporte marítimo

mo y los puertos, acercando a estos sectores una formación especializada y de calidad, que les permita disponer de unos recursos humanos con la mejor preparación posible. Una buena muestra de ello es la posibilidad que se brinda al alumno de obtener también el diploma acreditativo de la European Foundation for Quality Management de Excelencia Empresarial. En estos once años el Master se ha convertido en el programa formativo de referencia en el sector, no ya en el ámbito nacional, sino incluso en los países de Hispanoamérica y algún país africano.

La oferta formativa empresarial de la Fundación IPEC se completa con cuatro cursos de especialización avalados también por la Universidad Pontificia Comillas centrados en el transporte

marítimo, la gestión de puertos, el transporte terrestre o bien el transporte intermodal, así como diversos cursos mucho más específicos y de corta duración, dentro del Programa de Perfeccionamiento directivo.

Desde 1998, cada año de octubre a junio, la Fundación IPEC es responsable de gestionar el MGPT, erigiéndole en el buque insignia de su programa de formación especializada dirigida al sector marítimo-portuario. En octubre de 2003 dará comienzo la 12ª edición del MGPT, que dará cabida a una treintena de alumnos y que serán formados en más de quinientas horas docentes. ■



MASTERS EN COMERCIO EXTERIOR

ALITER - Escuela Internacional de Negocios

Máster en Gestión de Recursos de la Unión Europea

Máster en Relaciones Internacionales y Comercio Exterior

Comienzo: octubre/febrero - 700horas

Dirección: C/ Maestro Ripoll, 18 - 28.006 Madrid

Tel. 91 561 48 80 - Fax. 91

Web: www.aliter.org - e-mail: aliter@aliter.org

CECO - Fundación Centro de Estudios Comerciales

Curso Sup. de Dirección de Comercio Exterior presencial

599,51 €

Comienzo: noviembre a marzo - 177 horas (150 presenciales y 22 a distancia)

Dirección: C/ Serrano, 208 - 28.002 Madrid

Tel. 91 563 18 15 - Fax. 91 564 60 69

Web: www.ceco.es - e-mail: ceco@ceco.es

IDE- CESEM

Máster en Dirección de Comercio Exterior

Comienzo 24 de octubre 2002 - 600 horas presencial 5.500 €, distancia 2.344 €, on-line 3.600 €

Dirección: Pº General Martínez Campos, 46 - 28.010 Madrid

Tel. 91 310 51 80 - Fax. 91 310 46 75

Web: www.ide-cesem.com - e-mail: info@ide-cesem.com

Compañía de Formación Empresarial

Máster en Relaciones Internacionales y Comercio Exterior

9.500 €

Comienzo octubre - un curso lectivo

Dirección: Vallehermoso, 10 - 28.015 Madrid

Tel. 91 444 41 30 - Fax. 91 446 18 00

Web: www.ciaformacion.com - e-mail: admisiones@ciaformacion.com

Centro de Form. y Desarrollo de la Cámara de Com. e Ind. de Alava

Máster de Dirección de Comercio Exterior

6.911 €

Comienzo: octubre a julio - 800 horas

Dirección: C/ Dato, 38 - 01.005 Vitoria-Gasteiz

Tel. 945 14 18 00 - Fax.: 945 14 31 56

Web: www.camaradealava.com - e-mail: palmaraz@jet.es

ESCI

Curso Superior de Comercio Internacional

2.855 €

Comienzo octubre - 270 horas

Dirección: Pº Pujades, 1 - 08.003 Barcelona

Tel. 93 295 47 10 - Fax. 93 295 47 20

Web: www.esci.es - e-mail: esci@esci.es

Escuela de Negocios Caixanova

Máster en dirección y gestión de negocios internacionales

6.840 €

Comienzo: septiembre - julio - 470 horas

Dirección: Avenida de Madrid, 60 - 36214 Vigo (Pontevedra)

Tel. 986 49 32 52 - Fax. 986 49 48 28

Web: www.encavigo.es - e-mail: marketing@encavigo.es

Escuela de Negocios Cesma

Máster en Comercio Internacional

5.860 €

Comienzo: octubre / febrero - 1 año

Dirección: Pº de la Havana, 43 - 28.036 Madrid

Tel. 91 458 33 33 - Fax. 91 458 33 31

Web: www.cesma.es - e-mail: infogeneral@cesma.es

Escuela de Negocios de la Cámara de Comercio de Valladolid

Máster en Comercio Exterior

4.700 €

Comienzo: octubre a junio - 800 horas

Dirección: Avda. Ramón Pradera - 47009 Valladolid

Tel. 983 37 04 00 - Fax. 983 37 06 60

Web: www.camaravalladolid.com - e-mail: formacion@camaravalladolid.com

Escuela de Negocios de la Región de Murcia

Máster en Dirección y Gestión de Comercio Exterior

7.200 €

Comienzo: octubre a mayo - 750 horas

Dirección: Campus Universitario de Espinardo - 30.100 Espinardo (Murcia)

Tel. 968 36 41 36 - Fax. 968 36 41 33

Web: www.fuem.um.es - e-mail: enrm@um.es

Escuela de Negocios Lluís Vives

Máster en Gestión de Comercio Internacional

4.100 €

Comienzo octubre - 550 horas

Dirección: Benjamín Franklin, 8 - Valencia Parc Tecnológico - 46.980 - Paterna (Valencia)

Tel. 96 136 60 80 - Fax. 96 131 80 40

Web: www.formacion.camaravalencia.com - e-mail: lluisvives@camaravalencia.com

ESEUNE

Máster ITC (especializado en Comercio Exterior y Negocios Internacionales)

Comienzo: octubre a julio y septiembre a diciembre - 18 meses 1.600 horas

Dirección: Avda. de Algorfa, 9 - 48990 Neguri, Getxo (Vizcaya)

Tel. 902 24 68 00 - Fax. 94 491 4 94

Web: www.eseune.edu - e-mail: eseune@eseune.edu

Escuela Universitaria Esma

Máster en Marketing Internacional MIM

5.914 €

Comienzo: octubre a julio

Dirección: C/ Consell de Cent, 42 - 08014 Barcelona

Tel. 93 426 99 88 - Fax. 93 426 76 21

Web: www.esma.es - e-mail: esma@esma.es

ESIC - Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing

Máster en Dirección de Comercio Internacional COEX

Duración: octubre - julio

Dirección: Avda. de Valdenigrales, s/n - 28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid)

Tel. 91 452 41 00 - Fax. 91 352 85 34

Web: www.esic.es - e-mail: info@cef.es

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

Máster International e-business. Negocios Digitales Internacionales.

6.450 €

Comienzo: octubre (un año) - 400 horas

Dirección: C/ Balmes, 132 - 08008 Barcelona

Tel.: 93 542 18 00 - Fax.: 93 542 18 08

Web: www.upf.es/idec - e-mail: idec@upf.es

IFE - Instituto de Formación Empresarial

Curso Superior de Dirección de Comercio Internacional

1.100 €

Comienzo: octubre a febrero y marzo a julio - 165 horas

Dirección: C/ Pedro Salinas, 11 - 28043 Madrid

Tel.: 91 538 38 38 - Fax.: 91 538 38 03

Web: www.camaramadrid.es/form/IFE.htm - e-mail: ife2@camaramadrid.es

Instituto de Economía Internacional	Les Heures - Fundació Bosch i Gimpera - Universitat de Barcelona
<p>Máster en Comercio Internacional 3.750 €</p> <p>Comienzo: octubre a mayo</p> <p>Dirección: Campus San Vicente del Raspeig. Apdo. 99 - 03.080 Alicante Tel. 965 90 35 82 - Fax. 965 90 38 16 Web: www.ua.es/iei - e-mail: emilia.flores@ua.es</p>	<p>Máster en Empresa Internacional y Comercio Exterior 2.705 €</p> <p>Comienzo: noviembre a julio - 370 horas</p> <p>Dirección: Palau de Les Heures. Campus Mundet, Pº de la Vall d'Hebron, 171 - 08.035 Barcelona Tel. 93 567 74 17 - Fax. 93 428 62 31 Web: www.heures.ub.es - e-mail: info@heures.ub.es</p>

Reingex SL	Universidad Carlos III
<p>Máster en Negocios Internacionales (on-line) 5.710 €</p> <p>Duración: 450 horas</p> <p>Dirección: c/ 19, nº19 - 08757 Corbera, Barcelona Tel.: 93 688 25 52 - Fax.: 93 688 25 60 Web: www.reingex.com - e-mail: info@reingex.com</p>	<p>Máster de Comercio Exterior 5.710 €</p> <p>Comienzo: octubre a junio - 500 horas</p> <p>Dirección: C/ Madrid, 126-128 (Edificio Rectorado) - 28903 Getafe (Madrid) Tel. 91 624 58 05 - Fax. 91 624 95 17 Web: www.uc3m.es - e-mail: mastcomex@ceaes.uc3m.es</p>

Universidad Complutense de Madrid	Universidad de Barcelona
<p>Máster en Comercio Internacional 2.705 €</p> <p>Comienzo: octubre a junio - 960 horas</p> <p>Dirección: Avda. Complutense, s/n - 28.040 Madrid Tel. 91 534 82 20 - Fax. 91 533 08 56 Web: www.ucm.es - e-mail: master1@nova.es</p>	<p>Máster Empresa Internacional y Comercio Exterior 2.705 €</p> <p>Comienzo: noviembre - 370 horas</p> <p>Dirección: Avd. Diagonal 690, 1º Planta, desp 119 - 08034 Barcelona Tel.: 93 402 19 92 - Fax.: 93 403 59 06 Web: www.ub.es/empresariais/3cicle.htm - e-mail: rodoreda@emp.ub.es</p>

Universidad Pública de Navarra	CESTE
<p>Máster en Dirección de Comercio Internacional 4.442 €</p> <p>Comienzo: septiembre - mayo + 6 meses de prácticas - 616 horas</p> <p>Dirección: Campus de Arrosadia. Ed. El Sario - Edificio del Rectorado - 31.006 Pamplona. Tel.: 948 16 98 04 Web: www.unavarra.es - e-mail: fundacion.titulospropios@unavarra.es</p>	<p>Máster en Dirección de Comercio Internacional 5.300 €</p> <p>Duración: enero a noviembre, 400 horas</p> <p>Pº de los Infantes de España, 3 50012 Zaragoza Tel. 976 56 85 86 - Fax. 976 56 85 99 Web: www.ceste.com - e-mail: info@ceste.com</p>




MÁRKETING FARMACÉUTICO
Máster

INSTITUTO DE EDUCACIÓN CONTINUA de la UNIVERSIDAD POMPEU FABRA

INFORMACIÓN

Balmes, 132
08009 Barcelona
idec@upf.es
Tel. (+34) 93 542 18 50
Fax (+34) 93 542 18 08

Ofrece una oportunidad extraordinaria para aportar una visión global, tanto conceptual como práctica, al profesional del área comercial / marketing de un laboratorio, proporcionándole el bagaje y la perspectiva profesional necesarios para entender la singularidad de uno de los sectores más dinámicos y competitivos del país.

El Máster se estructura en dos Diplomas de Posgrado que pueden cursarse de manera independiente:

- Diploma de posgrado en **Máster en Marketing Farmacéutico**
Inicio: 6 de octubre de 2003.
Horario: lunes y jueves de 18.30 a 21.30 horas.
Dirección: Josep Maria Fàbregas y Juan Luis Fernández.
- Diploma de posgrado en **Diploma de posgrado en Dirección de Marketing Farmacéutico**
Inicio: 13 de octubre de 2003.
Horario: lunes y viernes de 18.30 a 21.30 horas.
Dirección: Josep Maria Fàbregas y Juan Luis Fernández.

www.upf.es/idec

Learning by doing

Las empresas tienden cada vez más a abrir sus fronteras, tanto en lo que respecta a sus clientes potenciales como a sus proveedores. Es frecuente también, que el proceso de internacionalización afecta a sus empleados y a la propiedad. La formación de profesionales que vayan a ejercer responsabilidades de gestión y dirección de las distintas áreas implicadas en la compra y venta de bienes y servicios por parte de una empresa, no es una tarea sencilla ni exenta de dificultades. Una vez adquiridos los principios básicos de la estructura y funcionamiento de las organizaciones internacionales, es imprescindible conocer los fundamentos de la economía internacional y los mecanismos e instrumentos que rigen las operaciones de comercio exterior y de la inversión directa en el extranjero. Existe, sin embargo, una parte importante de la realidad que no se adquiere de otra forma que no sea con la práctica y la experiencia. Se trata de la aplicación de las distintas formas de negociación, la intuición acerca de las posibilidades de éxito de una operación comercial o la rigidez en la defensa de la postura en el cierre de un negocio en perspectiva.

Esta parte más activa y cercana a la realidad de un programa de formación en negocios internacionales, puede adquirirse mediante la puesta en marcha de dos acciones concretas. En primer lugar, mediante la transmisión de las experiencias de los propios profesionales y empresarios y, por otro lado, por la realización de un encargo empresarial concreto. La experiencia acumulada en siete años de programas de formación de posgrado, en el Instituto de Educación Con-

tinua (IDEC) de la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona avala esta estrategia de capacitación. Los alumnos de la Maestría en Negocios Internacionales, Especialización con América Latina, han realizado misiones comerciales con un éxito reconocido por las empresas y con plena satisfacción de los participantes en las experiencias.

Se trata de una actividad que arranca en la propia búsqueda de las empresas interesadas en encargar un conjunto de actividades que pueden variar desde la prospección de mercados, hasta la entrevista con posibles distribuidores o agentes comerciales para los productos de la empresa en el país de destino de la misión. En todo momento, el participante en el curso tiene la guía y el soporte técnico y de consulta del tutor de la misión. Las empresas y el participante en el curso concretan el trabajo a llevar a cabo durante el viaje de negocios. El participante en el curso desarrolla el encargo y, a su regreso, eleva y defiende el informe en el que justifica el resultado de la misión.

La mezcla de actividades, desarrolladas en esta parte importante del curso (búsqueda de la empresa interesada, concreción de los objetivos de la misión, viaje y realización de visitas, entrevistas o búsqueda de información y valoración, resumen y defensa de los resultados) es un buen ejemplo de formación práctica que complementa el desarrollo temático del curso. ■

Carles Murillo,
director del Máster en Negocios
Internacionales. Especialización con
América Latina.

Oficinas de representación y filiales comerciales

Un paso importante que marca claramente un antes y un después en el proceso de internacionalización de la empresa, es la creación de oficinas propias de representación en el exterior y la constitución de filiales comerciales.

Con esta decisión, la empresa pretende sustituir respectivamente al agente comercial y al distribuidor que hasta entonces le han aportado sus servicios de intermediación ante los clientes.

Las razones que explican esta decisión pueden ser entre otras, las siguientes.

(1) El conocimiento del mercado que la empresa ha adquirido durante los años en que ha operado a través de agentes y distribuidores locales. De hecho, ha desaparecido en gran parte la incertidumbre inicial que aconsejaba no crear estructuras propias (que requieren una inversión inicial y llevan unos gastos fijos). ■

(2) La consolidación de un nivel de ventas y la adquisición de una notoriedad como empresa, con clara proyección expansiva.

(3) La constatación de que con una organización propia mejorará la rentabilidad de la empresa en los mercados donde ahora se plantean crear estructuras propias.

En cualquier caso, esta decisión comportará la necesidad de realizar un análisis completo del mercado o mercados en cuestión así como disponer de un buen asesoramiento, que contemple todos los puntos cruciales que deben considerarse:

- reacción de la clientela local ante esta decisión,
- eventuales indemnizaciones económicas a los agentes y distribuidores cesantes,
- aspectos comerciales, legales, laborales y fiscales,
- aceptación y adaptación a la cultura empresarial del país, etc. ■

Gabinete INTERCULTURAL, s.l.

Consultoría & Formación en Management y Comunicación
Intercultural para los sectores empresariales, académico e institucional.

- Formación para la gestión de las diferencias culturales en los negocios y relaciones profesionales internacionales.
- Factores interculturales en las negociaciones y compraventas internacionales.
- Factores interculturales en la penetración en nuevos mercados.
- Identificación y prevención de riesgos interculturales en joint-ventures, alianzas estratégicas internacionales, etc.
- Dinámica, comportamiento y gestión de equipos y reuniones multiculturales.
- Training para expatriados/repatriados (y sus familias, en su caso). Familiarización con las culturas y países específicos de destino.
- Diversidad cultural de los recursos humanos.
- Asesoramiento e informes sobre cultura empresarial, costumbres y etiqueta, estilo comunicacional, etc. sobre países y culturas concretas. Elaboración de perfiles culturales estratégicos.
- Conferencias, cursillos y seminarios sobre temas interculturales.

Tel./Fax: 964 30 32 69 NUEVO

E-mail: gabiter@terra.es - Internet: www.parempresarial.com/gabinter

Móvil: 619 24 60 78

Corporate Solutions, consultoría y formación

La participación en proyectos y licitaciones de asistencia técnica, consultoría, ingeniería y otros servicios financiados por los Organismos Internacionales de Ayuda y Financiación al Desarrollo, en los países de Europa Central y del Este, América Latina, África, Asia y otros mercados emergentes, supone un excelente mecanismo para la internacionalización y la identificación de oportunidades de negocio para las empresas e instituciones españolas. Este "mercado" se estima en más de 60 mil millones de dólares USA, de los cuales más de un tercio suponen servicios de asistencia técnica, consultoría, ingeniería, medio ambiente, agricultura y desarrollo social. España contribuye entre cuatro y diez veces más- dependiendo de la institución; Unión Europea, Bancos Mundial, Europeo, Interamericano, Asiático y Africano de Desarrollo, Agencias de las Naciones Unidas, Corporación Andina de Fomento, etc.- de lo que obtiene como proporción de los bienes y servicios que contratan estas instituciones. Los proyectos de asistencia técnica, infraestructura, servicios, obras y financieros, se llevan a cabo como licitaciones abiertas (calls for proposals) o cerradas (tenders), y tienen unas metodologías, formatos y formas de actuación muy concretas, que a veces parecen cerradas e incomprensibles para empresas e instituciones que no hayan participado con éxito en ellos. Sin embargo, cuando se logra ganar este tipo de proyectos, son una forma excelente de explorar sin coste (al contrario siendo remunerado por ello) mercados emergentes de interés para empresas e instituciones, ya sean privadas, sin ánimo de lucro o del ámbito público.

Corporate Solutions S.A. es una empresa española de consultoría y formación especializada en proporcionar asesoramiento en la implantación de proyectos internacionales de innovación y desarrollo empresarial. Trabaja para casi todas las instituciones de desarrollo internacional, organismos públicos y empresas privadas desarrollando y llevando a cabo proyectos de desarrollo

empresarial, innovación e internacionalización. Los consultores y formadores de Corporate Solutions S.A., estos últimos a través de su filial Escuela de Proyectos Internacionales, forman un equipo multilingüe con amplia experiencia en la gestión de proyectos para los organismos internacionales de más de 20 países. ■



Julio Fuster, socio-director de Corporate Solutions.

FORMACIÓN ESPECIALIZADA EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS, PUERTOS Y TRANSPORTE



LÍDERES EN LA FORMACIÓN DE LOS OPERADORES
DEL COMERCIO INTERNACIONAL Y DEL TRANSPORTE

- INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO
- CENTRO DE ESTUDIOS
- FORMACIÓN
- INFORMACIÓN Y PUBLICACIONES
- ASISTENCIA TÉCNICA
- COOPERACIÓN
- ACTIVIDADES CULTURALES

PRIMER CENTRO ESPAÑOL DE FORMACIÓN PORTUARIA



Fundación IPEC

Edificio del Puerto • Muelle del Orco, s/n. • 46004 VALENCIA
Tel. (34) 96 383 94 00 • Fax: (34) 96 383 94 09
Internet: <http://www.ipec.es> • E-mail: ipec@valnet.es

Outsourcing de RRHH en la empresa española

La virtualización de las empresas es un fenómeno cada vez más frecuente en la era de la información, por lo que una mayor flexibilidad organizativa es requerida en un entorno cambiante y competitivo.

El IRCO (International Research Center of Organizations), centro de investigación del IESE y el grupo especializado en Human Performance Accenture, organización líder mundial en consultorías de gestión y tecnologías de la información, se han unido para elaborar un informe común sobre la presente situación y las futuras tendencias del outsourcing de las funciones de Recursos Humanos en España.

El outsourcing es una vía para aumentar la flexibilidad organizativa que permite dedicar más tiempo y recursos a los aspectos estratégicos de una empresa.

De este modo, se gestiona el mismo volumen de negocio, pero es gestionado por menos personas, lo que permite potenciar los recursos para afianzar las ventajas competitivas.

Hay tres tipos distintos de outsourcing: tradicional, colaborativo y business transformation. El outsourcing tradicional transfiere la gestión o administración de un proceso o función a un proveedor externo, lo que reduce costes y ayuda a concentrarse en los aspectos clave del negocio.

El outsourcing colaborativo incorpora nuevas capacidades en la empresa cliente pa-

ra mejorar la gestión de determinados servicios, transforma procesos críticos, mejora procesos administrativos por recorte de gastos y se obtiene un multi-sourcing que funciona como empresa de servicios.

El último tipo es el Business Transformation Outsourcing (BTO) que busca la transformación para lograr una mejora inmediata en el nivel de la gestión empresarial. Persigue resultados externos, implica la realización de un "contrato a medida" y aunque el riesgo es compartido, ofrece mayor innovación.

El outsourcing de Recursos Humanos es el desplazamiento de las funciones de Recursos Humanos y de los medios utilizados para su ejecución a otra empresa, cuyo core business es el ejercicio de dichas funciones.

Las principales funciones en las que se aplica el outsourcing tradicional son de reclutamiento y selección, por los que muchas empresas están optando al realizar la preselección de su personal a través de su web corporativa. Aunque están aumentando el número de empresas que, para agilizar este proceso, utilizan herramientas de e-Recruiting.

Otras funciones son las de administración de personal, en las que Internet ha generado servicios como el de e-Payroll o gestión on-line de nóminas, lo que supone una reducción de costes en intermediarios y un

sistema más fiable y de mayor calidad.

El estudio recoge también que la mitad de las empresas aplican outsourcing en la formación. En concreto, el e-learning permite a los responsables de formación dedicar más tiempo y recursos a otras tareas, optimiza los recursos destinados a ella y traslada la gestión a una empresa externa especializada y profesional.

La situación actual del outsourcing de Recursos Humanos en España nos indica que lo realizan el 58% de las empresas, tanto pequeñas como multinacionales, del sector de las telecomunicaciones, principalmente. Como ya hemos expuesto, las ventajas más importantes se encuentran en una reducción de costes que oscila entre un 20 y un 50%, flexibilidad y especialización, valor añadido en la actividad y en el personal de Recursos Humanos de la empresa y una mejora constante en el servicio prestado.

Para concluir, cabe señalar que, actualmente, existe una clara tendencia al outsourcing y que el capital humano está adquiriendo una importancia creciente ya que cada vez es más difícil encontrar, retener y fidelizar a los mejores profesionales.

Las empresas deben concentrar sus esfuerzos en optimizar las funciones de sus empleados y por ello recurren a fórmulas que faciliten la especialización de las funciones sin que suponga una gran inversión. ■

La diversidad cultural de los equipos de trabajo

José M. de León
Socio Director de Gabinete Intercultural

Desde el momento en que las empresas adoptan estrategias de internacionalización, el impacto de la diversidad cultural se convierte en un factor crítico. Entre otros elementos, la fuerza de dicho impacto está en relación directa con el entorno -los anglosajones utilizan la expresión arena, mucho más sugerente y dramática- donde la empresa desarrolla su actividad. Tradicionalmente, la diversidad cultural apenas afectaba a las empresas domésticas en sus relaciones intra-extra organizacionales. Pero, hoy en día, muy pocas empresas pueden ser calificadas como domésticas puras. Esta afirmación, válida a nivel global, es especialmente palpable en la Unión Europea, un enorme mercado doméstico que, sin embargo, alberga una extraordinaria diversidad cultural.

El cambio experimentado en la percepción objetiva de la importancia del factor cultural en los negocios -de la inocuidad y el exotismo al papel vital ahora aceptado-, conduce al unánime reconocimiento que directivos y profesionales deben aprender a trabajar eficazmente en y con equipos multiculturales, en sentido amplio.

Las investigaciones demuestran que los estilos de comunicación, negociación, liderazgo, motivación, planificación, toma de decisiones, etc. varían entre las diversas culturas y países. En consecuencia, ¿qué sucede cuando personas de culturas diferentes entre sí trabajan juntas?

En primer lugar, debemos atender a los tipos de diversidad en los equipos de trabajo. En todo equipo de trabajo existe diversidad desde el momento en que todos los seres humanos somos distintos y únicos. A este factor diferenciador de base se añaden otros como el género, la edad, la profesión, la formación, el estatus, etc. Todos estos elementos deben ser siempre tenidos en cuenta, aunque, en el caso que nos ocupa, nos centraremos sólo en el factor cultural. En función de éste, podemos distinguir cuatro tipos de equipos de trabajo:

· **Equipos homogéneos.** Todos sus miembros comparten un "bagaje" cultural similar, de modo que, generalmente, su percepción, comunicación y pautas de comportamiento y actuación son muy parecidas. Por ejemplo, un equipo compuesto por ingenieros, varones y

españoles tendría un alto grado de homogeneidad basado en la profesión, el género y la cultura/nacionalidad.

· **Equipos "muestra".** En ellos, todos sus miembros menos uno pertenecen a la misma cultura. En, por ejemplo, un equipo de economistas, todos belgas menos un alemán, éste último sería denominado "miembro muestra", cuya percepción, comprensión, etc. serán probablemente distintas, en mayor o menos grado, a las del resto del equipo.

· **Equipos biculturales.** En estos equipos dos o más miembros representan a cada una de las dos distintas culturas que los componen. Por ejemplo, una comisión negociadora compuesta por cinco japoneses y dos norteamericanos. En los equipos biculturales se debe realizar un constante esfuerzo de equilibrio e integración de las perspectivas de ambas culturas representadas.

· **Equipos multiculturales.** Sus miembros representan tres o más culturas diferentes entre sí. Son característicos de instituciones y organismos internacionales (ONU, UE, etc.) y de grandes empresas globales, aunque no privativas de éstas. ■



SALÓN DE INVENTORES GENIAPOLIS



tenemos
IDEAS
para hacer
NEGOCIO

Del 7 al 9 de mayo de 2003

www.feriavalencia.com/geniapolis



Colegiados:
GENERALITAT VALENCIANA
CONSELLERIA DE INDUSTRIAL, COMERCIO Y ENERGIA



Oficina Regional
de Valencia y Murcia



Oficina Feria Valencia, S.L.

Coincidiente con:



Exporta 2003
Feria de Negocios del Exterior

PROTO
design



Feria Valencia: Avenida de las Ferias, s/n. E-46035 Valencia (España)
Apdo. (P.O.Box) 405 E-46080 Valencia • Tel. 34-963 86 1100 • Fax 34-963 636 111-963 644 064
E-mail: feriavalencia@feriavalencia.com • Internet: <http://www.feriavalencia.com>



Exporta 2003
Feria de Servicios al Exportador

EXPORTA, feria líder en oportunidades de negocio

EXPORTA 2003, punto de encuentro para la internacionalización

La Feria de Servicios al Exportador, EXPORTA 2003, abrirá las puertas de su cuarta edición en Feria Valencia del 7 al 9 de mayo, gracias a la labor conjunta del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), el Instituto Valenciano de la Exportación (IVEX) y Feria Valencia. El certamen reunirá a toda la oferta de servicios de aquellas entidades, empresas y organismos relacionados con la internacionalización.

El objetivo que ha guiado la celebración de EXPORTA desde su inicio ha sido constituir un foro donde las empresas que quieren expandir su negocio internacionalmente, contacten con firmas e instituciones que les ofrezcan servicios para competir con éxito en mercados cada vez más globalizados. Esta edición de EXPORTA será, además, una feria enfocada a la realidad exportadora de las empresas de la Comunidad Valenciana.

Las exportaciones de la Comunidad Valenciana durante el año 2002 representaron el 12,8% del total exportado en el ámbito nacional, con un valor en este periodo que asciende a 16.725,32 millones de euros, con un incremento respecto al año anterior del 6%. La Comunidad Valenciana se configura como una de las comunidades autónomas más dinámicas en el año 2002, en un periodo marcado

por la ralentización de los intercambios comerciales a escala internacional. Estos datos confirman la solidez de la Comunidad Valenciana en el exterior, marco idóneo para la celebración de EXPORTA.

Entre los más de 100 expositores que estarán presentes en Exporta 2003, se encuentran organismos de promoción exterior, asesores y consultores, servicios financieros, logística, empresas de comercio exterior, seguros y tecnologías de la información y medios de comunicación especializados.

Una de las propuestas de EXPORTA 2003 es el Punto de Encuentro Internacional, donde expositores y visitantes tienen la oportunidad de contactar con 40 consejeros de las oficinas económicas y comerciales de las embajadas de España en los cinco continentes, lo que les permite obtener información de primera mano sobre los mercados foráneos.

Otro de los atractivos de EXPORTA 2003 serán los talleres de trabajo, sesiones formativas en las que se abordarán temas y actividades de especial interés para el afianzamiento o la incursión en nuevos mercados desde el punto de vista comercial o de inversión. En esta edición, serán 60 los talleres en los que se analizarán temas de actualidad e información sobre los mercados con mayor potencial para las empresas españolas. ■

GESTIONA, la feria de la excelencia empresarial

Del 7 al 9 de mayo abre las puertas de su segunda edición GESTIONA, Feria para la Gestión Competitiva de las Empresas, cuyo objetivo es facilitar a la pequeña y mediana empresa el acceso a los nuevos instrumentos de gestión empresarial necesarios para competir en el entorno económico actual.

Más del 90% del tejido empresarial de la Comunidad Valenciana está formado por microempresas y pymes, y de ellas, también más del 90% tienen carácter familiar. Esta estructura ha permitido a los distintos sectores de la economía valenciana competir y amoldarse a situaciones de crisis, pero los nuevos retos apuntan a un mayor esfuerzo que pasa por la mejora de sus procesos de gestión y de I+D+I (investigación y desarrollo e innovación).

En este contexto, las instituciones económicas como Feria Valencia, las Cámaras de Comercio, organizaciones empresariales y Generalitat Valenciana, han concentrado sus esfuerzos en la organización de una feria que reúne todos los elementos y protagonistas para facilitar a las empresas su competitividad.

El certamen se articula en distintas áreas. "Emprende" presenta la información y oferta de servicios que las instituciones de carácter público o privado disponen en materia de ayudas, subvenciones, fiscalidad y creación de empresas. Este marco acoge también al Salón de Inventores GENIÁPOLIS, que en su primera edición, contó con la presencia de 45 expositores que presentaron casi un centenar de invenciones.

La sección "Desarrollo de Ventajas Competitivas" presenta las herramientas e instrumentos necesarios para la ampliación de redes comerciales. "Finanzas" recoge la oferta pública en materia de subvenciones y créditos para proyectos de renovación de instalaciones, maquinaria e I+D+I. También se ha dispuesto un área de "Recursos Humanos", "Calidad e Innovación" y "Nuevas Tecnologías". ■



Acción Social, una iniciativa solidaria



Del 15 al 17 de mayo de 2003 tendrá lugar la I FERIA INTERNACIONAL DE ACCIÓN SOCIAL, una iniciativa de Feria Valencia que nace con la vocación de convertirse en punto de encuentro anual de fundaciones, asociaciones, ONGs, organizaciones de economía social, empresas y administraciones públicas, con la finalidad de facilitar el intercambio de conocimientos, experiencias e información en el ámbito de la acción social.

Entre los objetivos principales de este evento, destaca el conseguir que 5.000 empresas de los distintos sectores del tejido empresarial interesen por conocer la realidad social y así poder construir una sociedad más cohesionada, justa y solidaria. Consolidarse año tras año como punto de encuentro que facilite la comunicación y la concreción de acciones que potencien la colaboración entre los distintos agentes sociales. Por último, aunque no menos importante, sensibilizar y concienciar al mundo empresarial y a la sociedad de la importancia de la Acción Social.

Una innovadora y solidaria propuesta que demuestra el compromiso de un sector en pleno desarrollo. ■

GENIÁPOLIS 2003, un certamen necesario

Del 7 al 9 de mayo se celebra la 2^a edición del Salón de Inventores, GENIÁPOLIS. El Salón es una iniciativa para apoyar las nuevas ideas y cuenta con el respaldo de las principales instituciones y organismos relacionados con el mundo de los inventos. La Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM), el Club de Inventores de España, Grupo Intec Europa y la Fundación García Cabrerizo, entre otros, se han implicado activamente en este proyecto.

Los certámenes que se celebran conjuntamente con Geniápolis despiertan en las empresas el interés por el I+D+I y, en este contexto marcadamente empresarial, por presentar nuevos ámbitos de investigación.

Es una feria clave para que los inventores tengan la oportunidad de difundir sus ideas y encontrar empresas interesadas en sus creaciones. ■

SOLUCIÓN.ES TIC, plataforma de promoción y negocio de las nuevas tecnologías



LAS NUEVAS
TECNOLOGÍAS SE
DAN CITA EN
SOLUCIÓN.ES
TIC

Encontrar el proveedor más adecuado para optimizar rendimientos y disponer de mejores servicios, es fundamental en el competitivo mercado actual. Solución.es TIC es el salón comercial que da respuesta a las actuales necesidades empresariales y profesionales en el ámbito de las tecnologías de la información y las comunicaciones.

En su tercera edición, Solución.es TIC articula su oferta en tres áreas: Gestión Informática, Comunicaciones y Logística. Asimismo, la organización del certamen ha dispuesto una antesala donde se informará con detalle sobre los expositores presentes en la muestra. Estas medidas permitirán localizar con rapidez los productos y servicios que interesan a cada visitante.

Esta línea de actuación se ha reforzado con la publicación de RESET, revista especializada dirigida a los visitantes de Solución.es TIC.

La Comisión de Jornadas Técnicas y el Comité Organizador de Solución.es TIC han diseñado un programa con temas de actuali-

dad dirigidas a facilitar y motivar la visita del empresario. En estas sesiones presentan a las pymes soluciones tecnológicas para sus negocios, sectorizadas por áreas de actuación: financiera, recursos humanos, marketing, comunicaciones y logística.

Sala Logística y TIC: organizada por la Asociación para el Desarrollo de la Logística (ADL) en la que los profesionales de estas empresas celebrarán Mesas Redondas y abordarán los temas de interés para el sector logístico.

Sala Genérica: acogerá el seminario "Hacia el uso universal de las telecomunicaciones para las empresas". También se tratarán otros temas referidos al uso de las TIC y al futuro de Internet y su incidencia en la nueva economía.

Sala Conferencias: Solución.es TIC está concretando a través de la Secretaría de Ciencia y Tecnología de la Generalitat Valenciana la presencia del Dr. Eliyahu Goldratt, líder internacional en el desarrollo de nuevas filosofías y sistemas de gestión comercial. ■

Protodesign, investigación y desarrollo

El pasado 9 de abril tuvo lugar la presentación en Madrid de Protodesign, la primera feria española de desarrollo de producto, organizada por Feria Valencia.

El acto contó con la presencia de Domingo Ochoa, presidente de Protodesign y gerente de Industrias Ochoa; Antonio Ades, presidente del comité científico-técnico del Primer Congreso Internacional de Diseño y director gerente de Ford España y Francisco Palomares, director de Protodesign.

La necesidad del desarrollo de políticas de investigación, desarrollo e innovación, el conocido

I+D+I, para asegurar la competitividad de las empresas está originando numerosas iniciativas de promoción.

El salón surge como punto de encuentro entre las firmas que ofrecen productos y servicios basados en la innovación en la preproducción y las empresas en las que los procesos de fabricación tienen un gran peso específico.

Este evento cuenta con la participación de firmas de ingeniería y diseño industrial, materiales, industria auxiliar, software y tecnología de desarrollo, al igual que empresas dedicadas al mecanizado de patrones y prototipos.

Amplia oferta de negocio en EXPOFRANQUICIA 2003

El Salón de la Franquicia, EXPOFRANQUICIA 2003, abre sus puertas del 8 al 10 de mayo en la Feria de Madrid, para dar a conocer las mejores oportunidades empresariales a aquellos profesionales interesados en el mundo de la franquicia.

De este modo, se convierte en punto de encuentro que ofrece la opción de ampliación del negocio para los franquiciados e información y asesoramiento especializado para personas que quieran poner en marcha un negocio de este tipo.

En cuanto a los expositores, hay que destacar una mayor presencia de sectores tan importantes como el de restauración y hostelería y otras áreas como Servicios Especializados de Consultoras y Servicios Financieros, Tintorerías, Inmobiliarias o Servicios para Empresas que destacan entre las más de 125 enseñas que participan este año.

Paralelamente, se celebran Jornadas Técnicas y el Foro de la Franquicia cuyo objetivo principal fue analizar la situación



EXPOFRANQUICIA 2003 espera superar las cifras de expositores de la pasada edición.

actual de la franquicia y determinar hacia dónde se dirige este sistema comercial, sus estrategias, impactos y tendencias.

La pasada edición de EXPOFRANQUICIA registró una afluencia de 13.816 personas y reunió la oferta de más de 160 expositores.

Estos datos convierten a esta convocatoria en un foro de negocio y contacto oferta/demanda altamente profesional, proporcionando un ámbito de trabajo satisfactorio para expositores y visitantes, que cada año se dan cita en la Feria de Madrid. ■

2º Salón Canal Multiprecio Madrid



**SUPERAR LOS
4.000 VISITANTES
DE 2002 ES EL
OBJETIVO DE LOS
ORGANIZADORES DEL
SALÓN CANAL
MULTIPRECIO**

MONEDA ÚNICA

La 2ª edición del Salón Canal Multiprecio se celebrará en la Feria de Madrid los próximos días 30, 31 de mayo y 1 de Junio de 2003.

La feria está dirigida a un nuevo sector de empresas especializadas en la venta de productos de precio fijo y en la búsqueda de nuevos canales de distribución.

En su segunda edición, se ha posicionado como la convocatoria europea más

importante para los profesionales de este sector.

La clave del éxito de esta novedosa actividad industrial y comercial radica en la compraventa por volumen y en la gran rotación de los artículos que se ofertan. Asimismo, presentan un nuevo concepto comercial basado en la búsqueda de oportunidades y en la ampliación del número de productos y precios.

El consumidor podrá adquirir estos productos en establecimientos de precio fijo ,

bien en el pequeño comercio o grandes superficies.

En su primera convocatoria, se constató el gran potencial exportador del sector y el interés que genera la oferta española en el ámbito exterior. Por ello, la organización del Salón ha apostado por su promoción internacional a través de acciones directas en los principales mercados, con participación en las ferias de París y Alemania, o con el 'Programa de Invitados Internacionales'.

Un año más, cabe destacar la presencia de expositores directos procedentes de Andorra, Alemania, Colombia, China, Francia, Italia, Países Bajos, Portugal y Reino Unido. La presencia de profesionales extranjeros supuso un total del 11% del total registrado.

Un nuevo sector que se abre camino para cubrir las necesidades puntuales del mercado y que engloba productos tan variados como artículos de regalo, cosmética, ferretería, higiene o limpieza entre otros. ■

Aumento de participantes en el SIL

El próximo Salón Internacional de la Logística, SIL, se celebrará del 17 al 20 de junio en el recinto ferial de Montjuic de la Fira de Barcelona.

En esta nueva convocatoria se aumentará un 20% su superficie y contará con Áreas de Exhibición de Logismarket, ICIL, IFTEM y Linde. Entre los sectores más representados, están empresas de Manutención y Logística, Distribución, Servicios Logísticos y firmas de Transporte y Logística.

El Salón constituye un punto de encuentro excepcional para el sector en el Sur de Europa, países del Magreb, Iberoamérica y Sudeste asiático. Así lo demostraron en la pasada edición los visitantes internacionales, procedentes de más de 40 países. Esta presencia va aumentando, por lo que la actual edición contará con un área de represen-

tación por países.

Otra de las novedades del certamen es el Programa de Encuentros Empresariales que se celebrarán en las dos primeras jornadas y cuyo objetivo es fomentar las alianzas, inversiones o la creación de nuevas joint ventures.

Hay que destacar el especial protagonismo del transporte rodado dedicando un palacio al vehículo industrial, tanto por carretera como industrial auxiliar. Paralelamente tiene lugar el I Foro del Transporte, en el que se tratarán los problemas y novedades de este subsector.

Todos estos elementos, junto con una excelente organización y el prestigio que adquiere cada año, la convierten en marco excelente para fomentar alianzas y encuentros empresariales entre los profesionales del sector de la logística. ■



Francisco Álvarez Cascos inauguró la pasada edición del Salón Internacional de la Logística.



EL SALÓN EUROPEO
LÍDER DE LA VENTA
POR VOLUMEN
THE LEADING EUROPEAN TRADE SHOW
FOR VOLUME SELLING



**2º SALÓN
CANAL MULTIPRECIO MADRID
30 MAYO-1 JUNIO 2003**
MULTIPRECIO
2nd BARGAIN STORE AND NOVELTIES TRADE FAIR
MAY 30 - JUNE 1, 2003

International Trade Shows Link Ltd.
Ransay House, Marcmont Farm Link Rd. • Piccots End
HEMER HEMPSTEAD • HP26JH Hertfordshire
Tel.: (44) 1442 23 00 33 • Fax: (44) 1442 23 00 12 • e-mail: info@itsluk.com

PARQUE FERIAL JUAN CARLOS I
28042 MADRID
Apdo. de Correos 67.067
28080 Madrid. ESPAÑA / SPAIN
Tel.: (34) 91 722 51 99/00
Fax: (34) 91 722 57 92
multiprecio@ifema.es
www.multiprecio.ifema.es

IBERIA
Transportista Oficial
Official Carrier

IFEMA
Feria de Madrid

EUROLUCE, Feria de la iluminación en Milán



Euroluce presenta las últimas tendencias en iluminación decorativa.

La 22^a edición de EUROLUCE, Feria Internacional de la Iluminación, se celebró del 9 al 14 de abril en Milán, Italia.

Es una gran oportunidad para encontrar y conocer las ofertas de más de 500 firmas expositoras.

Euroluce aúna las marcas italianas e internacionales más innovadoras y prestigiosas de la industria de la iluminación.

Una vez más, FIAM, Feria Internacional de la Iluminación española, participó en Euroluce, junto a 18 empresas de la Comunidad Valenciana y 10 del resto de España. De este modo, el número de expositores españoles constituye la mayor presencia extranjera en el certamen.

El propósito es conocer la últimas tendencias internacionales de la iluminación decorativa.

Paralelamente se celebraron diversos seminarios que centraron su atención tanto en aspectos técnicos, como en otros relacionados con el diseño, creatividad, producción o marketing. ■

Messe Frankfurt presenta TECHTEXTIL

La Feria Internacional de Textiles Técnicos, TECHTEXTIL, que se celebró en Messe Frankfurt del 8 al 10 de abril, reunió a más de 830 empresas procedentes de 42 países.

TECHTEXTIL es la feria líder en este sector, por sus innovaciones y nuevos desarrollos en el campo de los textiles técnicos, principalmente en geotextiles, automoción y ropa de protección laboral.

El Instituto Tecnológico Textil, AITEX, presentó en su stand la investigación y novedades de nuevos textiles técnicos que está desarrollando y que tienen aplicaciones en agricultura, medicina, medio ambiente, construcción e indumentaria.

En este sentido, AITEX es el único laboratorio acreditado en España para la realización de ensayos hidráulicos y mecánicos que garanticen la calidad de estos materiales. ■

Cibeles Azafatas, imagen y profesionalidad

Cibeles Azafatas es una empresa actual, formada por un equipo joven y altamente cualificado y con gran experiencia en el sector de la imagen y la comunicación.

Su objetivo es ofrecer al cliente la imagen que distinguirá a su empresa entre todas las de su clase.

Las características principales de sus servicios están basadas en la profesionalidad y personalización de los mismos, que han llevado a esta empresa a estar reconocida como una de las más prestigiosas a nivel nacional.

Entre los servicios que ofrece para la celebración de congresos, ferias, promociones o presentaciones de empresas, encontramos azafatas de congresos y convenciones, con o sin idiomas, que atenderán las necesidades propias de un congreso, transfers o servicios de traducción simultánea e interpretación.

La azafatas de Imagen están especializadas en protocolo, atención al público y acreditación y garantizan un excelente trabajo en cualquier evento, exposición o feria de muestras.

El más novedoso servicio es Cibeles On-line, un servicio pensado para que el



Información y explicación del producto en el punto de venta.



Hugo Ollé Sesé, management.

cliente contrate, gestione y dirija sus eventos a través de la red y desde su propio ordenador.

Una fórmula más rápida, eficaz y económica, gracias a la cual, el cliente ahorra tiempo y dinero, pudiendo realizar él mismo su presupuesto de forma inmediata y a su medida.

Esto convierte a Cibeles en la primera agencia de azafatas on-line española.

Todos estos elementos hacen de Cibeles Azafatas una empresa altamente cualificada y especializada para el desarrollo de todo tipo de eventos. ■

Muebling. Para aquellos que saben disfrutar intensamente del mundo del mueble. Para todos los que quieren vivir y sentir desde dentro todo lo que se mueve en el sector. Para quienes hacen del mueble una forma de vida, FIM vuelve un año más a convertirse en su punto de encuentro.



© PEPE GIMENO / ANSOLO Y LA COMPAÑÍA

40 Feria Internacional
del Mueble de Valencia.

Del 29 de Septiembre
al 4 de Octubre de 2003.
www.feriavalencia.com/fim



Feria Valencia: Avenida de las Ferias, s/n E-46035 Valencia (España)
Apdo. (P.O.Box) 476 E-46080 Valencia • Tel. 34-963 861100 • Fax 34-963 861130-34-963 636111
E-mail: feriavalencia@feriavalencia.com • Internet: <http://www.feriavalencia.com>



SMAGUA 2004

La XVI edición del Salón Internacional del Agua y la VI edición del Salón del Medioambiente, SMAGUA, se celebrará entre los días 17 y 20 de febrero de 2004 en Feria de Zaragoza.

Este certamen, de carácter bienal, es uno de los más importantes del sector de la industria del agua a nivel internacional y constituye un foro de encuentro para profesionales y plataforma de novedades técnicas relacionadas con la gestión del agua y medioambiental.



Innovación y gestión del agua en SMAGUA 2004.

INTERMAT 2003

La Exposición Internacional de los Materiales y de las Técnicas para las Obras Públicas y la Construcción, tiene lugar del 13 mayo al 17 mayo de 2003 en el Paris Nord Villepinte, París, Francia. Los sectores participantes en esta cita trienal son máquinas de nivelación, vehículos de obras de construcción, transporte o almacenaje de mercancías, entre otros.

En 2000 estuvieron presentes 33 países expositores y un total de 208.000 visitantes, de los cuales 45% eran internacionales.

ATEVAL en Tokio

Un total de trece empresas textiles pertenecientes a ATEVAL participaron en la séptima edición de la Exposición de Textiles para el Hogar, que se celebró en la Sala Mipro del edificio World Import Mart en Sunshine City, Tokio del 8 al 10 de abril.

Además, han firmado un acuerdo para obtener condiciones preferenciales en la contratación de vuelos charter para la ferias Itma (Birmingham, UK), Decosit (Bruselas, Bélgica) y Heimtextil (Frankfurt, Alemania).

Se presenta el 14º Salón Internacional de la Franquicia

La 14ª edición del Salón Internacional de la Franquicia se celebrará el próximo mes de octubre en Feria Valencia, del 22 al 28.

Entre los principales objetivos, destacan: mejorar las oportunidades de negocio, establecer centrales de compra, portales de e-commerce y asociaciones comerciales.

Otro de los objetivos es incrementar la presencia y participación internacionales. En esta ocasión, ya han confirmado su presencia numerosas enseñas latinoamericanas, en concreto de México, Guatemala, Venezuela y Colombia.

El aumento de visitantes profesionales extranjeros también se incrementó el pasado año, más de 2.000 procedentes de 51 países.

SIF es una de las ferias más valoradas en su categoría gracias a la calidad de los



Más de 35.000 visitantes se dieron cita en SIF 2002.

expositores, la profesionalidad de la organización y la gran variedad de oferta y posibilidades de negocio en un sector, el de la franquicia, que evoluciona y se adapta a las nuevas tendencias del mercado. ■

El sector del aceite se da cita en Expoliva

La Feria Internacional del Aceite de Oliva e Industrias Afines celebra su XI edición del 14 al 17 de mayo de 2003 en el recinto ferial de Jaén.

Este certamen es el referente mundial para la innovación y promoción del sector del aceite de oliva.

Más de 260 expositores directos de toda España, así como de Alemania, Portugal, Francia, Italia y Estados Unidos, presentarán sus productos en Jaén.



En el XI Simposium Científico-Técnico se tratarán temas tan importantes como la Calidad del Aceite.

Salón del Capital Humano

Del 8 al 10 de abril de 2003 se celebró en Madrid el VIII Salón del Capital Humano 2003.

Es una exposición de productos, equipamiento, servicios, tecnologías y publicaciones para la integración y el desarrollo de los recursos humanos en todo tipo de empresas y organizaciones. Es el principal salón de estas características de los que se celebran en España. ■

Laboralia 2003

Laboralia, la Feria Integral de la Prevención, Protección, Seguridad y Salud Laboral, ha acogido una amplia exposición de los productos y servicios que conforman el actual mercado de la Prevención de Riesgos Laborales.

Fabricantes, importadores, suministradores, consultoras y áreas técnicas vinculadas estuvieron representados a través de más de 400 firmas en el recinto de Feria Valencia. ■

GUIA de RECINTOS FERIALES



FERIAS JAÉN

Prolongación Avda de Granada s/n - 23008 JAÉN
Tlf: 953 086 980 - Fax: 953 245 012
www.ifeja.com



INSTITUCIÓN FERIAL DE ALBACETE



Testifonte Gallego, 22 – 02002 ALBACETE
Tlf: 967 550 448 – Fax: 967 550 459
www.ifab.org
albacete@ifab.org



Fira de Girona



Organizador de Ferias

congresos y convenciones.

Organiser of Trade Fairs

Información: tel.: 34-963 861 100
fax: 34-963 838 111 - 863 844 064
feriavalencia@feriavalencia.com
www.feriavalencia.com

FIRA DE GIRONA

Passeig de la Devesa, 34-36 - 17001 GIRONA
Tlf: 972 419 100 - Fax: 972 208 974
www.firagirona.com
fira@grn.es

FIRAHABITATGE (1º Salón Inmobiliario de Girona)
16,17 y 18 de Mayo

FIRAMOTOR OCASIÓN
30-31 de Mayo a 1 de Junio



Feria de Valladolid su negocio

INSTITUCIÓN FERIAL DE CASTILLA Y LEÓN

Avenida Ramón Pradera s/n
47009 - Valladolid - España
Tfn: 983 429 300 - Fax: 983 355 935
www.feriavalladolid.com - feriavalladolid@feriavalladolid.com

Turismo de negocios e incentivos



EN ESTA NUEVA SECCIÓN, SE OFRECE A LAS EMPRESAS LA OPORTUNIDAD DE CONOCER LOS MEJORES SERVICIOS A LA HORA DE LA ORGANIZACIÓN DE UN CONGRESO, CONVENCIÓN O VIAJE DE INCENTIVO.

EN PRIMER LUGAR, SE INFORMA DE LAS VENTAJAS QUE OFRECEN DOS COMPAÑÍAS AÉREAS, LUFTHANSA Y DELTA AIRLINES, CUYO OBJETIVO ES PODER OFRECER A SUS CLIENTES LA MEJOR CALIDAD Y PRECIO EN SUS VUELOS. ANDORRA ES UN LUGAR IDEAL PARA DESARROLLAR LAS REUNIONES DE TRABAJO. EL PALACIO DE CONGRESOS DE ANDORRA ESTÁ DOTADO DE TODO LO NECESARIO PARA LA CELEBRACIÓN DE ESTOS EVENTOS.

LA AMPLIA OFERTA DE PARADORES NACIONALES SON EL MEJOR SITIO PARA HACER UN NEGOCIO Y OFRECEN UN PRODUCTO DE CALIDAD, DIFERENCIADO Y EXCLUSIVO.

ENTRE LAS OFERTAS INTERNACIONALES, EL PALACIO DE CONGRESOS DE ANDORRA QUE DEBIDO A LA CRECIENTE DEMANDA DEL SECTOR PROYECTA LA CONSTRUCCIÓN DE UN NUEVO CENTRO DE CONGRESOS Y CONVENCIONES.

POR ÚLTIMO, LES INVITAMOS A CONOCER UN PAÍS POR DESCUBRIR, PERÚ.

Lufthansa lanza en España su programa PartnerPlus Benefit

Lufthansa acaba de lanzar en España el nuevo programa PartnerPlus Benefit, especialmente dirigido a todas las pequeñas y medianas empresas.

Un programa único en el mercado español, aunque ya funciona con gran éxito en otros mercados europeos como Alemania, Francia, Austria, Suiza, Chequia y al que desde el día 1 de Abril de 2003 se le unirán Hungría y España. Como regalo de bienvenida a los futuros clientes de este servicio, Lufthansa abonará 400 puntos Benefit en el momento de la inscripción.

Este programa permite obtener tres clases de premios diferentes, según los puntos Benefit acumulados con cada vuelo operado por Lufthansa o Lufthansa CityLine que realicen los miembros de una misma empresa: vuelos de premio; "Upgrades" o pases a una clase superior que permiten volar en Business Class de Lufthansa con billete pagado en Economy Class y abono



del contravalor de los puntos en euros, una atractiva y novedosa posibilidad, por la que la empresa puede optar por recibir, mediante transferencia bancaria o mediante abono a una tarjeta de crédito el contravalor en euros de los puntos Benefit acumulados

La participación en el programa es gratuita y la empresa puede continuar adquiriendo sus billetes por la misma vía que utiliza habitualmente; es decir, a través de su agencia de viajes o directamente de Lufthansa.

A través de la página web de Lufthansa, las empresas tienen acceso durante las 24 horas del día a su cuenta de puntos Benefit, además de obtener toda la información relativa al programa. ■

Delta Airlines en España

Delta Air Lines, la segunda compañía aérea del mundo en cifras de pasajeros y la aerolínea estadounidense líder en vuelos trasatlánticos, ofrece más de 5.382 vuelos diarios a 423 destinos en 77 países, a través de Delta, Song, Delta Express.

Delta reanudará sus vuelos de temporada entre Barcelona y EE.UU a partir del 2 de mayo 2003. El vuelo será directo, sin escalas, entre Barcelona El Prat y Nueva York JFK y operará en mayo diariamente excepto los Jueves. También Madrid recuperará para Mayo su enlace directo con Nueva York JFK.



El Palacio de Congresos de Andorra apuesta por un nuevo proyecto

El Palacio de Congresos y Convenciones de Andorra la Vella se inauguró hace doce años y durante este tiempo se ha consolidado como centro de todo tipo de eventos a nivel nacional e internacional.

En los últimos cinco años, el sector congresos ha experimentado un gran crecimiento de la demanda, tanto en número de actos como de personas que asisten a ellos.

Por ello, se va a crear un nuevo Palacio de Congresos y Exposiciones que estará ubicado a la entrada de Andorra la Vella y cuya superficie total será de 14.000 m².

El propósito de este nuevo proyecto es poder ofrecer un mejor servicio a los profesionales que se desplazan a Andorra para organizar un congreso.

Se ha creado un Comisión para gestionar el concurso de proyectos; en concreto, se han presentado trece propuestas de

España, lo que supone grandes expectativas de cara a este nuevo Palacio, que pretende ser un punto de referencia para la ciudad, no sólo a nivel arquitectónico sino también técnico.

Andorra, como centro de convenciones, dispone de todas las facilidades e infraestructuras necesarias a disposición de los visitantes. Entre ellas, una amplia red de hoteles de primera categoría situados alrededor del Palacio. Además de todas la opciones de ocio y descanso con las que cuenta esta ciudad, naturaleza, gastronomía, o compras. Cabe destacar la



El Auditorio del Palacio de Congresos dispone de todos los medios técnicos para realizar un congreso.

proximidad de las pistas de esquí que se encuentran a tan sólo 20 minutos del centro de la ciudad, y que es una de las mejores ofertas de ocio que ofrece la temporada de invierno.

La situación privilegiada de Andorra la convierte en un enclave perfecto para la actividad congresual. ■



PRESENTA

CIBELES AZAFATAS ON-LINE

www.cibelesazafatas.com

A partir de ahora en www.cibelesazafatas.com y desde cualquier conexión a internet, podrá contratar, gestionar y dirigir el personal cualificado para sus eventos al alcance de un solo click de su ratón.

Cibeles on-line: Más rápido, económico y seguro.

En Cibeles Azafatas somos más que una sonrisa.

Paradores nacionales, el mejor sitio para sus reuniones

Paradores ha diversificado su oferta y se ha adaptado a las actuales tendencias de la demanda ofreciendo un producto de calidad, diferenciado y exclusivo.

De este modo, los 87 establecimientos que actualmente componen la Red de Paradores cuentan con un entorno, un servicio y una excelente oferta gastronómica, que los convierten en un marco excepcional para la celebración de reuniones de negocios, seminarios o de cualquier otro evento que una empresa desee convocar fuera de sus oficinas. Paradores dispone en estos momentos de nueve modernas y amplias zonas de ocio y relax, así como 235 salas de empresa, convenciones y reuniones.

Este segmento de clientes requiere de una serie de servicios y prestaciones muy concretas como, por ejemplo, rapidez en el servicio, medios técnicos y tecnología adecuada a sus necesidades profesionales y diversidad de oferta para hacerle más atractiva su estancia. Paradores, desde sus establecimientos, proporciona a sus clientes los medios suficientes para cubrir sus necesidades.

La red de Paradores, por tanto, está

dotada de salas con los más avanzados medios técnicos (pantallas gigantes, cabinas de traducción simultánea, lo último en tecnología audiovisual...), un hecho que a más de uno le hará replantearse si se encuentran en un Parador del siglo XV o del siglo XXI.

Servicios para el cliente

Para la celebración de seminarios, reuniones de empresa o congresos, Paradores pone a disposición de sus clientes dos programas distintos, a elegir según las necesidades de cada empresa:

Incluye una sala de reunión, coffee-break de mañana, almuerzo de trabajo y los medios audiovisuales disponibles.

Incluye alojamiento en habitación doble de uso individual, desayuno buffet, almuerzo de trabajo, coffee-breaks de mañana y tarde, sala de reunión y los medios audiovisuales disponibles. En cuanto a los servicios que ofrece cada establecimiento, cabe destacar los siguientes:

Medios técnicos

Todos los establecimientos de Paradores están en condiciones de poner a su disposición los recursos técnicos que precise.

Montaje de salas

El personal de Paradores se encarga de montar y adaptar las salas de reuniones, de acuerdo con las necesidades y requerimientos de cada cliente: salones tipo teatro o tipo aula, mesas de trabajo, de conferencia o en "U", etc... En todos los casos está incluido el material básico (papel y bolígrafos), agua mineral y caramelos.

Coffee-breaks

Durante el descanso de la mañana, en la jornada de 12 horas, y en los descansos de la mañana y de la tarde, en la jornada de 24 horas, los participantes contarán con un completo servicio compuesto por café, infusiones, zumos, refrescos, bollería y pastas.

Tiempo libre

Para que los clientes disfruten de su tiempo libre al máximo, cada Parador, con sus privilegiadas ubicaciones en entornos naturales o monumentales facilitan la realización de cualquier tipo de excursión o actividad. Además, a los clientes más osados se les facilita la posibilidad de practicar deportes como el windsurf, el parapente o el ala delta, mientras que los más tranquilos pueden optar por el senderismo, la equitación, la pesca, el golf o el tenis. ■

PARADOR DE BAIONA (PONTEVEDRA)

A medio camino entre fortaleza medieval y arquitectura señorial gallega, y rodeado por el mar, este Parador tiene, además, el valor añadido de sus cuatro salones de convenciones, totalmente equipados y de diferentes medidas y capacidades.



PARADOR DE PLASENCIA (CÁCERES)

Este Parador, ubicado en el convento de Santo Domingo y estratégicamente situado, en pleno casco monumental de la ciudad, acoge en su interior 4 salones para convenciones y reuniones, equipado, entre otras cosas, con teléfono, megafonía, cañón de vídeo, retroproyectores y monitores de televisión.



HOSTAL DOS REIS CATÓLICOS (SANTIAGO DE COMPOSTELA)

Considerado el hotel más antiguo del mundo (nació como Hospital Real en 1499 para albergar a los caminantes que se dirigían a Santiago), posee tres salones para reuniones, perfectamente, equipados con vídeo, pantallas, altavoces, micrófonos...





El Activo Complejo Vacacional de la Costa del Sol

Estepona Marbella

Piscinas
Restaurantes
Bares
Salas de Conferencias
Gimnasios y Fitness Club
Equipo de Animación
Mini Club y
Club de Aventuras Infantil
Pistas de Tenis
Campos de Golf
Campos de Fútbol
Escuelas de Golf, de Idiomas, de Cocina y de Baile
Beach Club en Atalaya Park Golf Hotel & Resort
"Concepto Deportes Incluidos" (58 actividades sin cargo)



Atalaya Park

Golf Hotel & Resort

Carretera de Cádiz, km. 168,5.
Estepona (Costa del Sol) 29688 (E)

RESERVAS:

Tel. 34 - 952 88 90 01
Fax 34 - 952 88 90 02
www.atalaya-park.es

El Hotel "Exclusivo Todo Incluido" de Marbella



Don Miguel

Golf & Sport Hotel

Avenida del Trapiche s/n.
Marbella (Costa del Sol) 29600 (E)

RESERVAS:

Tel. 34 - 951 05 90 04
Fax 34 - 951 05 90 03
www.don-miguel.net

www.selected-hotels.com

Selected Hotels[®]

Business
Congresses
Incentives



Deutscher Golf Verband e.V.

Festival of Golf

Selected[®]
Hotels

ANNUAL EVENT ON THE COSTA DEL SOL
NOVEMBER - DECEMBER
JANUARY - FEBRUARY



TODOS los clientes que hagan su reserva con una estancia mínima de una semana en cualquiera de nuestros hoteles, Atalaya Park Golf Hotel & Resort en Estepona o Don Miguel Golf & Sport Hotel en Marbella, podrán disfrutar de 3 noches gratis incluyendo golf, durante nuestro espectacular "Festival de Golf Selected Hotels" que se celebra anualmente de Noviembre a Febrero en Marbella - Costa del Sol.

Perú, un país por descubrir

PERÚ ES UN CRISOL DE RAZAS Y CULTURAS CONSTITUIDO POR DIFERENTES ETNIAS



Foto: José Alarcón

Perú es un país sorprendentemente diverso. Las frías aguas de la corriente de Humboldt y la cordillera de los Andes lo convierten en un país de contrastes, con diferentes climas, microclimas y ecosistemas. Lo demuestra el hecho de que, de las 104 zonas de vida existentes en el planeta, allí se concentren 84.

Por su situación geográfica, pensar en Perú es pensar en los Andes. Esta zona, bien diferenciada de las otras dos que conforman el país, la costa desértica y la selva amazónica, es algo más que una cadena montañosa. Allí pueden verse, no sólo majestuosos picos nevados como el Huascarán, sino también cálidos y fértiles valles, grandes cañones, como el Cañón del Colca, en Arequipa, y un sinfín de terrazas de cultivo que, construidas a lo largo de los siglos, han transformado, en gran parte, el paisaje.

Los incas representan el último eslabón de una larga herencia cultural de 10.000 años, herencia que abarca distintas culturas: Chavín, Pucará, Nazca, Mochicas, Huari, Paracas, Chimú, y Tihuanaco, entre otras. Perú guarda numerosas pruebas de las grandes obras que, en agricul-

tura, hidráulica y arquitectura, realizaron.

De los 10 monumentos Patrimonio de la Humanidad que posee Perú, 5 son vestigios arqueológicos. Uno de ellos, Machu Picchu, ejerce una fascinación especial sobre el visitante. Ciudad mágica, en un enclave también mágico. Situada sobre la montaña, en plena selva, fue descubierta al mundo por Hiram Bingham en 1911. Impresiona la equilibrada adaptación de la ciudad al entorno natural, su significado, el paisaje y la atmósfera que la envuelve.

Es obligado mencionar también otros restos arqueológicos importantes: el Templo Chavín de Huantar, de la cultura Chavín; las Tumbas Reales de los Mochicas, en especial la tumba del señor de Sipán, hallazgo reciente de primera magnitud, similar a la tumba de Tutankamón, por la riqueza de las piezas de orfebrería encontradas; la ciudadela amurallada de Chan Chan, construida en adobe por los Chimú, y las misteriosas Líneas de Nazca, grabadas en extensos arenales y sólo visibles sobrevolando la zona en avioneta.

Lima, capital de Perú, llamada la Ciud-

dad de los Reyes, es también un lugar de contrastes: modernos barrios residenciales, como Miraflores y San Isidro, un centro histórico de estilo colonial y un inmenso cinturón de inmigración y pobreza. Lima guarda el esplendor de tiempos pasados en escondidos rincones y en bellas arquitecturas. Baste citar el Palacio de Torre Tagle y la Casa Aliaga, como ejemplos de arquitectura civil limeña, ambos con bellísimos balcones coloniales tipo mudéjar. De los edificios religiosos, destacan la Catedral y los conventos de San Francisco y Santo Domingo. Una ciudad, en fin, poseedora de museos que no hay que dejar de visitar: el de Rafael Arco, el Museo del Oro, el Museo Arqueológico.

Cuzco fue capital del vasto imperio inca, conocido como el Tahuantinsuyo. De todos los palacios y templos que allí encontraron los españoles, sólo quedan algunos muros, que sirvieron de base a las edificaciones que estos realizaron tras la conquista. Ligados a la etapa inca, hay que citar a Pachacutec, guerrero y estadista que expandió el imperio, y el Coricancha, Templo del Sol, donde hoy se

encuentra el convento de Santo Domingo. Del periodo colonial es imprescindible remarcar la riqueza artística que guarda su Catedral. En sus alrededores, custodiando esta preciosa ciudad, hay que mencionar Ollantaytambo, importante bastión inca.

Titicaca esconde, en las altas tierras del altiplano peruano, un lago de donde emergió, según la leyenda, el Dios Sol, y creó al primer inca Manco Capac y a su hermana y esposa, Mama Ocllo, que fueron los encargados de poblar la tierra. Alrededor de este lago perviven comunidades que, sin tener en cuenta el curso del tiempo, conservan su cultura ancestral de forma viva.

Perú es un crisol de razas y culturas, constituido por diferentes etnias. Un pueblo pobre, maltratado políticamente y que ha sufrido fuertemente el terrorismo hasta hace apenas unos años. A pesar de esto, es un pueblo alegre y festivo, como lo declaran la variedad de danzas, folclor y trajes típicos que allí se pueden admirar. Un pueblo trabajador, heredero de un conjunto de expresiones artísticas,

cuyas técnicas tradicionales conservan sabiamente.

Perú está dividido en tres regiones: la costa, la sierra y la selva. La costa está bañada por el Océano Pacífico y representa una franja de 60 a 170 Km. de ancho, por lo general, árida. La sierra abarca también lo que se conoce como el Altiplano y forma parte de la gran cordillera andina, con picos de hasta 6.700 m. La selva ocupa el extremo oriental de todo el territorio de Perú, y está determinada por la cuenca amazónica y formada por la selva alta y la selva baja o ceja de selva.

La variedad climática es una característica de Perú. En la sierra la época de lluvias se presenta entre los meses de abril y octubre. En la costa la temperatura es



Foto: José Alarcón

cálida durante todo el año, y las lluvias se registran en los meses de noviembre a febrero, con la excepción de que en muy determinadas ocasiones llueve en Lima.

Los mejores meses para visitar el país son abril, mayo, junio y octubre, ya que son meses en los que la bonanza climática se implanta en todo el país. Y la posibilidad de alojamiento en el país es enorme, ya que cuenta con una estupenda infraestructura hotelera en las principales ciudades. ■

Inmaculada García Flórez.

*Al servicio
del expositor*

Tel. 96 364 13 05 VALENCIA
deca.feria@terra.es

JOSE LUIS ESCRIBA HERRERA

Tel. y Fax: 96 382 55 87 Móvil: 649 89 96 06
VALENCIA
correo@lineastudio-pepeescriba.com
www.lineastudio-pepeescriba.com



Diversos eventos celebrados en el Puerto de Cartagena

◆ MONEDA ÚNICA

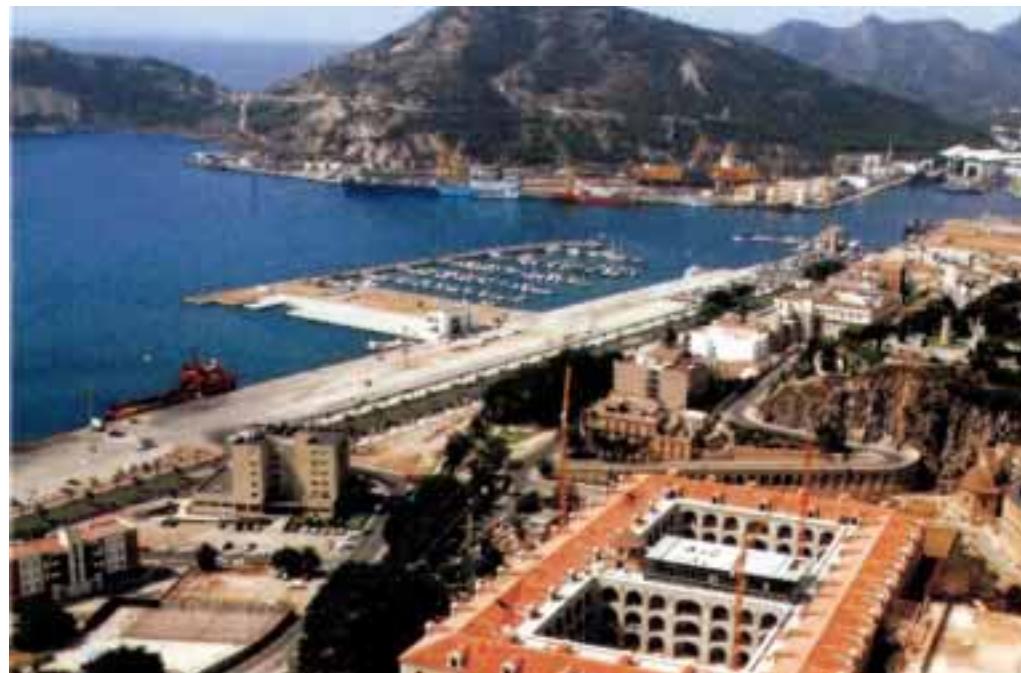
El pasado 9 de abril tuvo lugar en Madrid una presentación del Puerto de Cartagena en la que la Autoridad Portuaria llevó a cabo una jornada informativa sobre la oferta de servicios del puerto.

La inauguración de la jornada corrió a cargo del presidente del Consejo de Usuarios del transporte Marítimo de Madrid, Arcadio Echezarreta, y contó con la intervención del presidente de la Autoridad Portuaria, Adrián Ángel Viudes, y del director de la misma, Pedro Vindel Muñiz.

Transporte marítimo en la logística de productos perecederos

Éste es el lema de la jornada que la Autoridad Portuaria de Cartagena ha organizado para el día 5 de mayo, en colaboración con la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Cartagena. Intervendrán el Consejero de Agricultura de la Embajada de España en la Haya, el Director de la Autoridad Portuaria de Cartagena, el Gerente de Fruitport del Puerto de Rotterdam y el responsable de Van Bon Fruit Logistics.

A finales del mismo mes, los días 24 y 25, se celebraron las VIII Jornadas de Coordinación de los Responsables Económico-Financieros de las Autoridades Por-



tuarias, que reunieron a 54 representantes de todos los puertos de interés general del Sistema Portuario Estatal y del ente público Puertos del Estado.

El Puerto de Cartagena ha experimentado un notable crecimiento en los últimos años; durante 2002, superó los 22 millones de mercancías transportadas, ocupando el sexto puesto del sistema portuario español. En este crecimiento, han sido determinantes factores como la puesta en funciona-

miento del tramo de autovía N-301, que comunica la Comunidad de Madrid con la Región de Murcia, y el incremento de productos exportados, entre los que destacan hortofrutícolas, cemento y productos químicos, entre otros. También han contribuido las distintas líneas regulares que unen el puerto con el Norte de África y de Europa, EE.UU., Sudamérica y Extremo Oriente, así como la diversificación de tráficos (graneles sólidos, contenedores). ■

Port of Cartagena events

Last April the 9th took place in Madrid a presentation of the Port of Cartagena in which the Port Authority carried out an informative day on the offer of services of the port. The inauguration of the day ran in charge of the president of the Council of Users of the Maritime transport of Madrid, Arcadio Echezarreta, and it had the intervention of the president of the Port Authority, Adrián Ángel Viudes, and of the director of the Port Authority, Pedro

Vindel Muñiz. At the end of the same month, 24th and 25th, the VIII Days of Economic-financial Coordination of the Responsible ones of the Port Authorities that gathered to 54 representantes of all the ports of general interest of the State Port System took place and of the entity public Ports of the State. The Port of Cartagena has experienced a remarkable growth in the last years; during 2002, it overcame the 22 million ported goods, occupying the sixth

position of the Spanish port system. In this growth they have been decisive factors like the setting in operation of the rail-car tract N-301 that communicates the Community of Madrid with the Region of Murcia, and the increment of exported products, among those that highlight cement and chemical products, among others. They have also contributed to the different regular lines that unite the Port with the North of Africa and of Europe, USA, South America

and Middle East.

This is the motto of the day that the Port Authority of Cartagena has organized for the 5th of May, in collaboration with the Official Chamber of Trade, Industry and Sailing of Cartagena. They will intervene the Consultant of Agriculture in the Embassy of Spain in the Haya, the Director of the Port Authority of Cartagena, the Manager of Fruitport of the Port of Rotterdam and the responsible for Van Bon Fruit Logistics.

Gades-Port entra a formar parte de Rilco

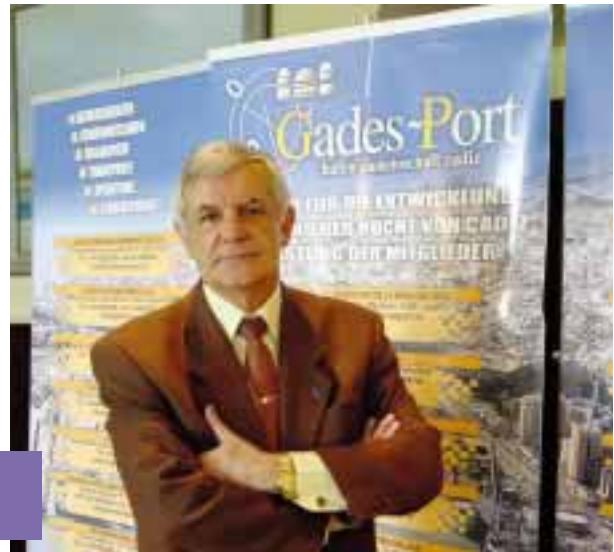
La Asociación para la Promoción del Puerto de la Bahía de Cádiz, 'Gades-Port', informó, en la junta directiva celebrada el 10 de abril, de que esta asociación y la Autoridad Portuaria de la Bahía de Cádiz pasarán a formar parte de la Red Iberoamericana de Logística y Comercio (Rilco). Ser miembro de esta empresa contribuirá a la difusión promocional de los intereses del puerto y de sus actividades comerciales.

En la misma junta, se abordaron otros temas como las gestiones que Gades-Port mantiene con la Agencia Andaluza de Promoción Exterior (Extenda, antes CdeA -Comercializadora de Productos Andaluces-), adelantando la posibilidad de que se llegue a un acuerdo de colaboración con los puertos andaluces. También se anunció el alta en la asociación de la empresa Airbus España, S.L., así como la convocatoria de la asamblea general ordinaria para el próximo 14 de mayo.

Por otra parte, Gades-Port, el Consorcio de la Zona Franca de Cádiz y la Autoridad Portuaria de la Bahía de Cádiz, participarán de forma conjunta, a través del ICEX en la feria alemana Transport Logistic 2003, especializada en logística y transporte y que se celebra, del 20 al 24 de mayo en Munich.

Esto viene a corroborar la colaboración existente entre el recinto fiscal, el organismo y la comunidad portuaria, pero es sólo una de las actividades conjuntas que piensan llevar a cabo, ya que el pasado mes de febrero, el delegado especial del Estado para la Zona Franca de Cádiz, Miguel Osuna, y el presidente de la APBC, Rafael Barra, firmaron un convenio de promoción conjunta por el que se comprometieron a desarrollar actividades como la de Munich. ■

Antonio Gómez Cazorla,
presidente de Gades-Port.



Puerto de Cartagena

más



El Puerto de Cartagena trabaja para dar continuamente más y mejor servicio. Por eso cada día nos exigimos ser más rápidos, tener más capacidad y ofrecer más garantías. La certificación ISO 9002 en tráfico de contenedores, granates sólidos y mercancía general, avalan nuestro esfuerzo. Porque somos un puerto moderno competitivo y estratégicamente ubicado. Un puerto que da más agilidad, más eficacia, más seguridad y más economía. Un puerto que va a más.



Puerto de Cartagena

Autoridad Portuaria de Cartagena
Paseo Heros de Cartagena • 30201 Cartagena (Murcia)
Tel: 966 22 36 30 • Fax: 966 22 18 11
e-mail: cartagena@aprc.es
www.aprc.es



Estudios al servicio del transporte marítimo de corta distancia

El pasado 20 de marzo, tuvo lugar la Junta Directiva y la Asamblea General de la Asociación Española de Promoción del Transporte Marítimo a Corta Distancia (Shortsea Promotion Centre - Spain), en la que se analizaron las cuentas del ejercicio anterior y los presupuestos del año actual, por un lado, y la memoria anual, por otro. Al mismo tiempo, se evaluaron los resultados de la primera parte de un estudio, realizado por una empresa consultora, sobre el impacto económico del contenido del borrador del Anteproyecto de la Ley de Puertos sobre el transporte marítimo de corta distancia (Short Sea Shipping -SSS). De esta evaluación, se extrajeron las primeras conclusiones, que indican que el efecto global de la nueva propuesta de las tasas portuarias es ligeramente positivo para los tráficos de SSS, pero desigual para las distintas modalidades de servicios SSS. A este respecto, la Asociación ha su-



gerido algunas modificaciones, que enviará a Puertos del Estado, para dar un tratamiento más homogéneo y equilibrado a los servicios SSS en todas sus modalidades, incluyendo la posibilidad de que se establezca un nuevo régimen simplificado de tasa única de opción voluntaria, para los servicios.

Lo que pretende la Asociación presentando esas sugerencias a Puertos del Estado es potenciar el desarrollo de este tipo de servicios conforme a la política de transporte nacional y comunitaria, para que proporcionen alternativas logísticas competitivas y sostenibles.

Por otra parte, Shortsea España ha editado la *Guía de regímenes aduaneros aplicables al transporte marítimo de corta*



distancia, que está basada en el documento de trabajo preparado por los servicios de la Comisión Europea (DG TREN y DG TAXUD), con adiciones de la Agencia Estatal de la Administración Tributaria. ■



Anadif comunicó sus proyectos en la Asamblea general

El pasado mes de enero, Anadif, asociación que representa los intereses de los operadores logísticos con actividad en España, celebró su Asamblea General de Asociados. En ella, se aprobó el Plan de Actuación para los próximos años, que establece las principales líneas de trabajo de la asociación, cuya pretensión es reforzar su posición en el sector y satisfacer las necesidades de los asociados.

Entre las distintas líneas de actuación, algunas puestas ya en marcha durante 2002, está la de definir claramente el concepto de operador logístico, así como crear una dirección permanente, con Carlos Amigo como nuevo director general, establecer un código de conducta para el sector, diseñar un plan de comunicación externo, para reforzar la imagen de Anadif y la del operador logístico en el mundo empresarial, mejorar los canales de comunicación interna, incrementar la represen-

tatividad de la asociación en nuevos foros de debate y trabajo, impulsar un nuevo marco legislativo-administrativo y conseguir la captación de nuevos socios.

Durante el año pasado, fruto de los planes de captación de asociados, se incorporaron a Anadif empresas como ALC, Gefco, Alfil, Logisland, Monfrisa y Stock Alpha, y tienen previsto que en los próximos meses entren numerosas empresas importantes del sector.

En cuanto a las actividades programadas para este año, destacan las de formación, con cursos ya establecidos, como los de calidad de servicio y atención al cliente, prevención de riesgos laborales, almacenaje, trata-



Carlos Amigo, director general de Anadif.

miento de quejas y reclamaciones o trabajo en equipo, así como cursos relacionados con la informática aplicada a la gestión logística. ■

Nefab fortalece su posición en Portugal



El Grupo Nefab está especializado en el suministro de soluciones completas de embalaje. De acuerdo con la política estratégica de incrementar su presencia en el mercado portugués, ha adquirido la empresa portuguesa, RA Productos de Embalagem Lda., una de las empresas líderes en el suministro de embalajes para el sector industrial de su país, con una cifra de negocio de unos 3 millones de euros.

Con esta adquisición, además de ampliar su presencia en el mercado vecino, completan los productos y servicios y potencian sus actividades en toda la Península Ibérica, ya que el mercado español y el portugués cada vez operan de manera más estrecha.

Nefab S. A. dispone en España de una planta de producción de 6.000 metros cuadrados y de oficinas en Getafe (Madrid), así como delegaciones comerciales en Barcelona y Vitoria.

En el exterior, cuenta con centros de producción en siete países (Canadá, Francia, Alemania, Suecia, China, Estonia y Brasil), así como con organizaciones de venta y distribución en 17 de los países más industrializados del mundo. Además, mantiene acuerdos de cooperación con empresas de Suiza, Japón, Australia o Corea del Sur, y acaba de abrir oficinas en la República Checa e India.

Los dos principales sectores para los que trabaja este grupo sueco son telecomunicaciones y automoción. Entre sus clientes, figuran compañías como Ericsson, Nokia, Alcatel, Scania, Nissan, Volvo y Ford, entre otros. ■



Leading you in the right direction

As your partner in shipping, we do more than transport your cargo. We are here to help you navigate the challenges in your markets. With our vast experience and resources, and our staff of 10,000 highly educated professionals, we can collaborate to bring you the most value for money. So if you're looking for more than operational excellence, you're in the right place.

Maersk Sealand is your partner in shipping.

MAERSK SEALAND



La Expansión de Danzas y DHL

El Grupo Danzas es uno de los pilares logísticos del Grupo Deutsche Post World Net, que acaba de adquirir el 100% de Securicor Omega Holding Limited, compañía inglesa de paquetería y logística, y es propietario de DHL, bajo cuya marca fusiona su negocio internacional express y de paquetería, así como el negocio logístico global.

Desde el 1 de abril, Danzas, junto a Guipuzcoana EuroExpress y DHL, operará bajo la misma marca, DHL. La unidad de negocio de Danzas dedicada a la carga aérea y marítima, Danzas Intercontinental, continuará sus operaciones bajo el nombre de la nueva marca DHL Danzas Air & Ocean, aunque esta fusión no ha afectado a la estructura de gestión de la organización.

Los mercados principales de la nueva marca son China y la India. En el primero, tiene presencia en 17 ciudades y los servicios se complementan con las actividades

de DHL Express y su joint venture asociada, Sinotrans (compañía china en la que Deutsche Post Worl Net tiene un 5% de participación). En la India, Danzas estableció una joint venture con Lemuir a finales de 2002 y, desde su sede en Mumbai, da soporte a las oficinas y almacenes de todo el país.

Danzas Solutions (almacenaje, distribución y personalización de las soluciones para la cadena de suministro) continuará su expansión en Norteamérica, Latinoamérica y Asia bajo la nueva marca mundial DHL Solutions, y Danzas Eurocargo, unidad dedicada al transporte terrestre en Europa, se integrará en DHL Express y DHL Freight Bussiness Units.

El grupo acaba de crear un enlace directo con la aduana de EE.UU. para clasificar, antes de que se carguen los barcos con destino a América, los datos del Manifesto Oceánico de Carga. ■

Nuevos servicios de importación para la industria cerámica

Exel acaba de crear nuevos servicios de exportación hacia EE.UU. para la industria cerámica. Con el nuevo servicio logístico, la compañía gestionará directamente la cadena de suministro de las empresas españolas e italianas de la industria del azulejo y la cerámica, que tienen uno de sus principales mercados en Norteamérica, fundamentalmente, en las costas del este y del oeste y en la zona del Golfo de México estadounidense. ■



Stand de Exel en Cevisama (Salón Internacional de Cerámica)



Leuter implanta con éxito su producto Adaia en dos almacenes gestionados por DHL



Leuter, Consultoría Logística de la Cadena de Suministro, trabaja con Danzas desde 1995. Acaba de implantar su producto Adaia en dos nuevos almacenes gestionados por, ahora, DHL. Adaia es un sistema de gestión para centros de distribución y almacenaje, basado en la aplicación

de las tecnologías de códigos de barras y terminales de radio frecuencia. Registra en tiempo real las lecturas que realiza el operario en el almacén, lo que permite conocer en cada momento dónde están los operarios y dónde está la mercancía. El sistema procesa esta información y la utili-

za para realizar una gestión óptima del almacén, sacando el máximo rendimiento a los recursos.

Uno de los almacenes, de 10.000 metros cuadrados, es propiedad de la empresa Agra (Grupo Unilever) y está ubicado en Leioa (Bilbao). Leuter sustituyó el SGA del almacén por Adaia, con nuevos interfaces, y realizó una modificación en su aplicación para trabajar con los terminales de radio frecuencia con los que funcionaba el operador logístico, evitándole así la inversión en nuevos terminales.

El otro, en Azuqueca de Henares (Guadalajara), tiene 13.000 metros cuadrados y es de Makro, distribuidor mayorista que trabaja con productos de gran consumo, lo que exige mucho movimiento de palet continuo. El funcionamiento del almacén, por tanto, se sustenta en 15 terminales de mano y 5 de carretillas en cada turno.

Con estos 2, ya son 7 los almacenes gestionados por Danzas en los que Leuter ha instalado Adaia. ■

M.Soft facilita el proceso analítico de datos



Antonio Vilas, director de marketing de M. Soft, junto al Jefe de Producto.

La aplicación "Data Warehouse" o "Almacén de Datos", está incluida en la herramienta M.Trans.net (Enterprise Resource Planning, ERP), producto de la Ingeniería Logística de Transportes de M.Soft.

Los beneficios que genera esta aplicación a las empresas pueden resumirse de la siguiente manera: toda la información que circula por la empresa se condensa en este "almacén", donde se gestiona por categorías, facilitando la toma de decisiones empresariales.

Por ejemplo, un usuario podría analizar los resultados de sus ventas totales o ir profundizando en detalle, o hacer un análisis de sus clientes por ruta, atendiendo al volumen de facturación según los diversos indicadores o variables. También podría relativizar los resultados conseguidos respecto a la media de la empresa.

M. Soft asegura que este tipo de cuestiones se resuelven en un tiempo no superior a tres segundos. El resultado, una mayor cifra de negocio, servicio de más calidad y menos costes operativos. ■

JDA FOCUS 2003

JDA Software, compañía especializada en consultoría y desarrollo de software de gestión para el sector de la distribución y el gran consumo, celebra JDA FOCUS 2003 este mes de mayo en Orlando (Florida). Esta nueva convocatoria, la décimo tercera, ofrece un amplio programa de actividades, entre las que cabe destacar los encuentros previos al evento: 280 ponencias a cargo de más de 50 especialistas y una amplia exposición, que reunirá gran diversidad de soluciones y partners. Tras las conferencias,

habrá unas sesiones prácticas sobre las oportunidades de trabajo en red.

El objetivo de Focus 2003 es proporcionar más valor a los clientes de la compañía, así como mostrarles cómo pueden aprovechar las soluciones diseñadas por la compañía, cuyas soluciones, según el Vicepresidente de Marketing Global de JDA Software, están caracterizadas por "proporcionar aplicaciones más funcionales y flexibles en el menor tiempo y al menor coste posibles". ■

Damos forma y resolvemos sus necesidades logísticas y de transporte



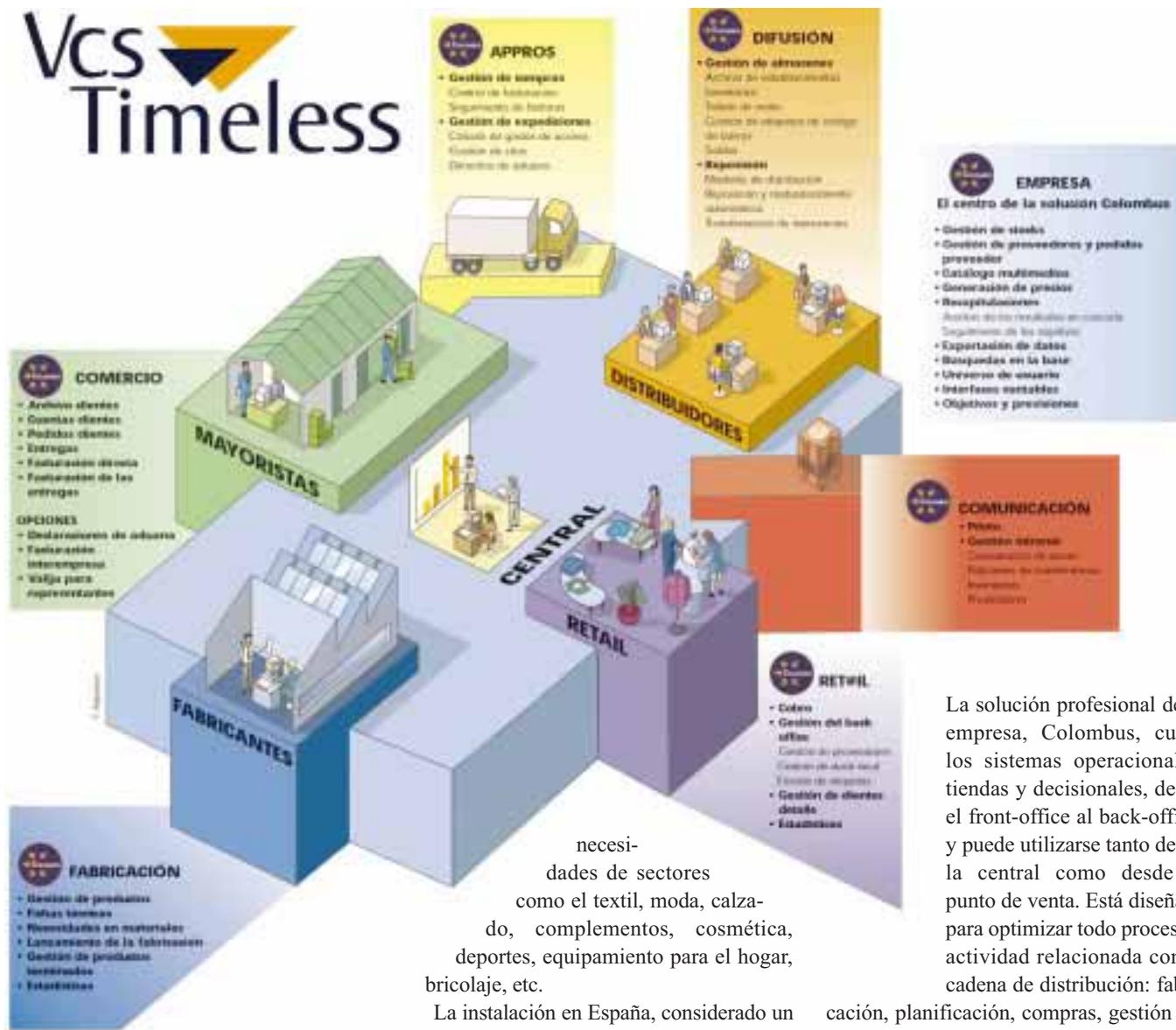
Somos especialistas en crear soluciones para resolver sus necesidades logísticas y de transporte. Tan sólo tiene que planteárnoslas.

Desde **ABX LOGISTICS** nos encargamos de buscar la forma de solucionarlas, optimizando todos los procesos.

En **ABX LOGISTICS** somos expertos en la prestación de Servicios Logísticos y de Transporte Internacional de mercancías por tierra, mar y aire hacia y desde cualquier lugar del mundo, así como toda la gestión de aduanas necesaria. Contamos con presencia directa e infraestructuras propias en los cinco continentes para asegurarle el mejor servicio posible.



VcsTimeless, software para la distribución no alimentaria y el comercio especializado



VcsTimeless, compañía europea especializada en el desarrollo de soluciones de software y servicios profesionales para el sector de la distribución no alimentaria y para el comercio especializado, se ha instalado en nuestro país.

La compañía, que pertenece al Grupo Christie (PLC), acaba de poner en funcionamiento una oficina en Madrid, con el objetivo de ampliar y desarrollar sus actividades en nuestro país. Las soluciones profesionales de VcsTimeless atienden las

La instalación en España, considerado un mercado estratégico y con potencial de crecimiento por la compañía, responde al plan de expansión internacional que viene desarrollando y cuyo objetivo es ser líder europeo en soluciones informáticas profesionales para la distribución no alimentaria en 2007. Parte de este plan es también la pretensión de poner en funcionamiento nuevas filiales en Benelux, Alemania y en los Países Escandinavos, así como la red de alianzas que posee en Europa, África y América Latina. No obstante, ya cuenta con oficinas en España, Gran Bretaña, Italia y Canadá, y su sede central está en París.

La solución profesional de la empresa, Columbus, cubre los sistemas operacionales, tiendas y decisionales, desde el front-office al back-office, y puede utilizarse tanto desde la central como desde el punto de venta. Está diseñada para optimizar todo proceso y actividad relacionada con la cadena de distribución: fabricación, planificación, compras, gestión del stock y el aprovisionamiento, ventas, cobros, etc.

Está especialmente indicada para empresas que manejan muchas referencias, diferentes en color y tamaño, que trabajen con canales de distribución variados o con una red internacional de tiendas.

Colombus ya está siendo utilizado por más de 6.000 tiendas, de 450 empresas diferentes, en todo el mundo. Entre los clientes de VcsTimeless se encuentran empresas como Naf-Naf, Calvin Klein, Levi's, Ralph Lauren, Sinéquanone, Sephora, Don Algodón, etc. ■

Premios PILOT 2003

La entrega del premio a la Excelencia Logística 2003, celebrada en el marco de la segunda jornada del III Foro Internacional PILOT de Logística (2 y 3 de abril), fue presidida por el vicepresidente y consejero de Presidencia y Relaciones Institucionales del Gobierno de Aragón, José Ángel Biel.

Como anunciamos en el número anterior, a este premio aspiraban cinco pymes y cuatro grandes empresas. En esta última categoría, la galardonada fue Valeo Térmico, empresa perteneciente al Grupo Valeo, multinacional proveedora del automóvil que cuenta con más de 140 plantas, 54 centros de I+D, y que da empleo a 71.000 personas en 25 países. En la categoría pymes, el premio lo recibió Eurocomputer, un grupo de empresas ubicado en Huesca, compuesto por 50 personas, que ofrece soluciones al ámbito de las TIC, desde ensamblaje de ordenadores hasta consultoría.



Foto de familia de los premiados junto con los responsables del Gobierno de Aragón

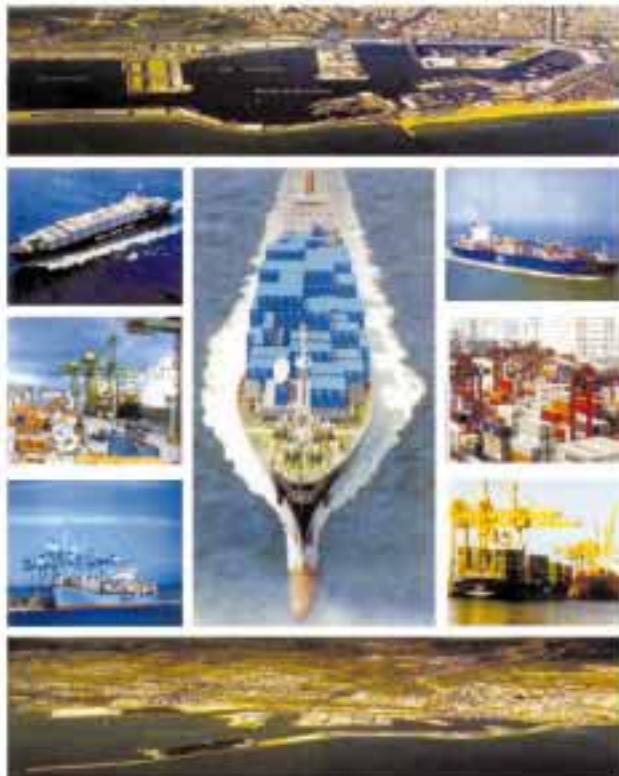
Ferrari recibió el Premio Honorífico PILOT a la Excelencia Logística Internacional, por su trayectoria en el sector de la automoción, y Víctor Belda recogió el galardón al mejor Proyecto Final del Master de Logís-

tica, premio creado este año con el objetivo de impulsar la investigación logística. A este último aspiraron varios alumnos de la primera promoción del Master de Logística de la Universidad de Zaragoza. ■



Fundació Politècnica de Catalunya:
la formació contínua
UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE CATALUNYA

Máster en Derecho y Negocio Marítimo y Gestión Portuaria (Shipping Business)



Facultat de Nàutica de Barcelona
UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE CATALUNYA

6^ª EDICIÓN

ENTIDADES COLABORADORAS

-
- Asociación de Consignatarios de Bienes de Electrodomésticos
-
- Autoritat Portuària de Barcelona (APB)
-
- Autoritat Portuària del Port de Tarragona (APT)
-
- Cambra Oficial de Comerç, Indústria i Navegació de Barcelona
-
- Cambra Oficial de Comerç, Indústria i Navegació de Tarragona
-
- Instituto Marítimo Español (IME)
-
- Port de la Generalitat
-
- Unión Naval Barcelona

BOLSA DE BECAS

Información:

Facultat de Nàutica de Barcelona - Pla de Palau, 18 - 08003 Barcelona
Conchi Girona - Tel. 93 401 77 95 - Fax 93 401 79 10
conchi@fnb.upc.es - www.upc.es/fnb/

* Acaba de enviar una colección de clásicos a una aldea asturiana.
EL PLAN AYUDA CULTURA permite a librerías enviar, a nivel nacional, libros hasta con un 68% de descuento.
[i] 902 300 400. www.mrw.es



VAMOS TAN LEJOS QUE LLEGAMOS AL CORAZÓN

MRW

Los puertos de Bilbao y Dusiburg han firmado un acuerdo de colaboración (26 de marzo) con el que se persigue atraer al transporte marítimo los cerca de 3,5 millones de toneladas que se transportan por carretera entre Alemania y hinterland del puerto de Bilbao.

Los días 10 y 11 de abril, una delegación de **empresarios aragoneses visitaron el puerto de Bilbao**, con el objeto de mantener reuniones de trabajo con diversas empresas marítimo-portuarias bilbaínas. La visita se inscribe en el programa de acciones de promoción desarrollado por UniportBilbao.



Maersk Logistics participa en la inauguración del primer centro de distribución de Ikea en Valls, Tarragona, que será gestionado por el operador logístico.

ABX Logistics amplía su infraestructura con la apertura de una nueva plataforma en Las Palmas de 1.000 metros cuadrados.

Barloworld Finanzauto Manutención ha sido galardonado por Atlet como "Dealer del Año 2002", valorando al distribuidor como el que más contribuyó a la venta de unidades y al desarrollo de la marca.

Cretschmar Cargo ha alcanzado un acuerdo con la empresa MSM, que será su nuevo corresponsal en Munich. Así, el operador logístico potencia sus actividades hacia Alemania.

Schenker inaugurará un nuevo centro logístico en Malasia próximamente. Además, estará presente en la Feria Semicon 2003 de Munich y ha sido elegido como proveedor oficial de Eurovisión.

Tibbet & Britten acaba de llegar a un acuerdo con Rodier, compañía francesa del sector de moda y textil, para gestionar

su actividad de logística, almacenaje y distribución de mercancías.

TNT patrocina la expedición "Everest 2003", que conmemora el 50º aniversario de la primera ascensión sin oxígeno.

Nuevo centro de información de **Iberia Cargo** a disposición de los clientes, que podrán obtener información actualizada sobre sus envíos en tiempo real. Se accede a través del teléfono 901 111 400 ó mediante correo electrónico: cgocenter@iberia.es.

Centros Logísticos Aeroportuarios ha hecho un balance del año 2002 y ha obtenido resultados positivos: un 11% más de facturación que en el ejercicio anterior. Por otra parte, el Centro de Carga Aérea de Barcelona celebró el 31 de marzo su primer comité operativo de este año, que se centró fundamentalmente en tres puntos: el sello de calidad, el plan de actuación para 2003 y otros aspectos vinculados al despacho aduanero del centro.



GRUPO ROMEU

100 años de experiencia a su servicio

www.gruporomeu.com



Acuerdos de Telefónica Móviles

Telefónica Móviles, T-Mobile y TIM unen sus fuerzas para crear una alianza. El acuerdo alcanza a cerca de 162 millones de clientes en Europa, América y la Cuenca Mediterránea, creando el mayor mercado potencial del mundo, con unos usuarios de telefonía móvil superiores a los 1.000 millones.

Por otro lado, Telefónica Móvil, operadora del Grupo Telefónica Móviles en Chile, y la empresa finlandesa Nokia, anunciaron la puesta en marcha de la nueva red GSM (Global System for Mobile Communication), con plataforma GPRS (General Packet Radio System), que operará en Chile. ■



Vision™ 2003

Veritas Software ha anunciado que su serie de conferencias anual para usuarios y partners, Veritas Vision™ 2003, tendrá lugar en Europa, Oriente Medio y África, entre el 12 de mayo y el 10 de julio de 2003.

La conferencia, organizada con la participación de Precise Technology, tiene como fin impulsar el debate y la percepción de las más recientes e innovadoras soluciones para la protección de datos, la continuidad del negocio, la gestión de recursos de almacenamiento, el aprovisionamiento de servidores y la gestión del rendimiento de aplicaciones. ■

La Bolsa y las nuevas tecnologías

David Gómez, director de R4.com, el canal on line de Renta 4 S.V., S.A., impartió la conferencia "La operativa en Bolsa a través de las nuevas tecnologías" en la Facultad de Económicas de Zaragoza.

El objeto fue mostrar que las nuevas tecnologías, una vez superadas burbujas especulativas y excesos financieros, que están teniendo un efecto determinante a la hora de facilitar al inversor los mismos instrumentos de los que gozan los grandes inversores institucionales. ■



David Gómez, director de R4.com.

Proyecto de HP en Morgan Stanley

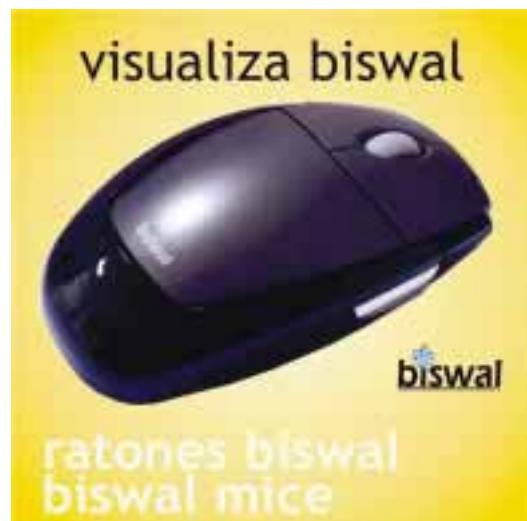
Con el fin de mejorar la gestión del negocio de Morgan Stanley Iberia, HP Servicios ha consolidado su red de oficinas mediante la implantación de un servidor HP Alpha GS80, que también soporta todo el negocio de Morgan Stanley Iberia que proviene de Internet. Asimismo, y previamente a la instalación del HP Alpha GS80, se ha implantado un cluster Alpha ES40 para albergar la base de datos de las transacciones bursátiles. ■

BBVA, Telefónica, Microsoft, HP y las Cámaras impulsan la tecnología

BBVA, Telefónica, Microsoft y HP España y las Cámaras de Comercio se reunieron para impulsar las nuevas tecnologías entre las pymes, a través del acuerdo que ha firmado hoy el presidente de las Cámaras, José Manuel Fernández Norniella, con la Oficina de Apoyo para la Sociedad de la Información (OASI). Su objetivo es apoyar la incorporación del tejido empresarial a la sociedad de la información y minimizar el impacto económico que supone la inversión en nuevas tecnologías. ■

Biswal llega al mercado español

Biswal, empresa especializada en la distribución de productos informáticos, líder en el mercado latinoamericano, acaba de desembarcar en España, desde donde pretende extenderse al resto de países de la Unión Europea. ■



Sun aumenta la seguridad en la red

La nueva solución de hardware criptográfico de Sun, llega a la empresa para ayudar a maximizar la protección de sus datos sin necesidad de ralentizar la velocidad de sus procesos. SCA 4000 ofrece el mayor rendimiento del mercado al menor precio, según el FIPS (Federal Information Processing Stan-

dards), emitido por el National Institute of Standards and Technology de Estados Unidos.

La tarjeta ha sido diseñada para soportar la certificación FIPS 140-2 nivel 3, que es requerida por muchas aplicaciones gubernamentales y financieras online. ■



BT crea un centro de alta dirección en Bélgica

BT Global Services ha anunciado la creación de un centro de alta dirección que estará localizado en las instalaciones que posee BT, cerca del aeropuerto de Bruselas. Las funciones clave de la organización, incluirán la dirección para Europa y recursos humanos. ■



Sede de BT en Bélgica.

Fácil acceso a Internet

CosmoWeb, la última herramienta generadora de aplicaciones de negocio basadas en Internet de la multinacional española TransTOOLS, permite simplificar a las pymes el desarrollo de su negocio en Internet, permitiéndoles el desarrollo de soluciones B2B, B2C y eCommerce. ■

Escáner rápido para la industria

RapidScan permite a los ingenieros "ver" el interior de estructuras complejas, como las alas de los aviones, y comprobar los fallos y defectos de sus materiales y estructura. El revolucionario diseño de esta herramienta, puede ofrecer una imagen exacta de grandes

estructuras a una velocidad hasta 100 veces superior a la de los actuales instrumentos utilizados en esas aplicaciones. El RapidScan es un invento de investigadores de la universidad inglesa de Bristol y de la empresa NDT Solutions. ■

Banco Sabadell adopta la solución de Altitude Software

La solución Contact Center implantada en Banco Sabadell, abarca la telefonía (Inbound-Outbound), la colaboración web y el email. Con esta adquisición, Banco Sabadell pretende facilitar y personalizar el trato con cada cliente mediante una visión única e integrada en todos los puntos de interacción, además de dotarse de una mayor capacidad para la Gestión de la relación con los clientes. ■



Compromiso de HDS con los estándares industriales

HITACHI
DATA SYSTEMS

Hitachi TrueNorth es la estrategia ideada por Hitachi Data Systems para reducir la creciente complejidad de los recursos de gestión del almacenamiento y dirigirlos de manera que satisfagan las demandas del crecimiento de negocio. ■

Nuevo distribuidor mayorista de software en IBM Argentina

IBM Argentina incorporó un nuevo distribuidor mayorista del área de software. Se trata de Aktio, empresa de capitales argentinos, que tendrá como objetivo principal agregar valor en la cadena de distribución de software, brindando soporte comercial para toda la línea de productos del área software de IBM. ■

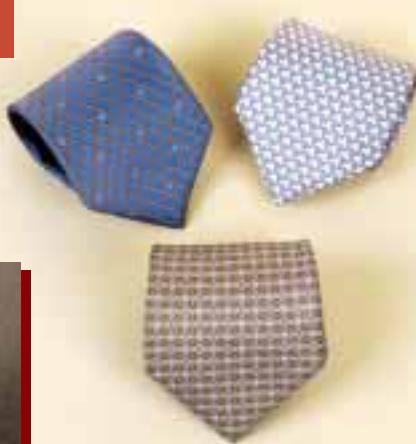
1



2



3



4



1 Fórmula 1

Es el compañero perfecto para el verano. Un mocasín indispensable, flexible, diseñado en principio para conducir, pero que será el modelo estrella de nuestro armario.

2 Montreal

Gafas Unisex, con montura inspirada en la forma trapezoidal y los cuatro clavos que caracterizan las colecciones emblemáticas de Loewe, como Ante Oro, y que personalizan codos y varillas. Las lentes son de policarbonato.

El logotipo de Loewe se encuentra grabado en la varilla izquierda.

3 Twill, saglione y jaquard.

Tejidos que Loewe ha empleado para las corbatas del próximo verano. Cada uno de ellos ofrece una variada gama de colores fáciles de complementar con todos los tonos propios del prêt-à-porter masculino y presenta diseños muy adecuados para la temporada estival.

4 Cronógrafo

Todo acero con acabado mate. Forma cuadrada, medida de 35 mm. Bordes ligeramente curvados con cuatro puntos sobresalientes. Tiene grabado en un lateral el logotipo de Loewe. Fondo de acero ligeramente curvado y pulido con el logo de Loewe en relieve. Cristal de zafiro curvado, anti-reflectante. Sumergible hasta 20 metros. Corona de acero.

5 Chronomaster XXT, calendario perpetuo

Gracias a sus 36.000 alternancias, el movimiento "El Prímero" es el cronógrafo mecánico más preciso del mundo. Ahora, se vuelve eterno en una versión con calendario perpetuo.

No hay nada más chic que aspirar a lo eterno. Para los amantes de las grandes complicaciones relojeras, la manufactura ZENITH propone lo último en relojes: una vez puesto en marcha, indica con precisión la hora, la fecha, el día, el mes y el año durante todo un siglo sin necesidad de reajustes. El tiempo ya no es el récord de un instante, ni un factor que puede perderse, en vez de faltarnos se vuelve generoso y constructivo, abriéndose sobre el infinito.

6 1911 "GOLDEN FIVE"

Ebel certifica su calidad a través de una nueva garantía internacional e incondicional de 5 años.

Para celebrar esta nueva garantía, **Ebel** está creando una versión emblemática de la serie de 1911 en dos series limitadas, "Golden Five" y "Silver Five". Atenuada asombrosamente, destaca la **cifra 5**, un símbolo de armonía y equilibrio. Su apariencia como un aplique sobre una esfera negra pura, "vacía" de cualquier otra indicación funcional.

5



6



7

7 MONTBLANC "BOHÈME"

El último objeto de culto para los amantes de la escritura.

La colección Bohème ha supuesto una nueva era para **Montblanc**, desde que en 1924 creara la legendaria Meisterstück. Es una perfecta combinación de los tradicionales valores de Montblanc y los modernos elementos de diseño.

8 MONTBLANC Matsteel Collection

Este año, **Montblanc** presenta esta nueva colección de accesorios como una primicia. Creado para dirigirse de forma predominante a los que aprecian los detalles originales. Los llaveros de acero mate también están disponibles con piel grabada.

9 BLANCPAIN

Ha creado un instrumento auténtico de la navegación.

Cronógrafo automático "Flyback", muy apreciado por los pilotos para sus "time-saving", ofrece resistencia a 100 metros de profundidad bajo el agua.

Las manillas y los números luminosos sobre su negra esfera militar, proporcionan legibilidad en la oscuridad y bajo el agua.

10 LINK Calibre 36

La unión perfecta entre el prestigio y el alto rendimiento. En el LINK cronógrafo Calibre 36, TAG Heuer ha reunido la quinta esencia del prestigio y las formas definidas de la precisión de los relojes deportivos. Como Tigre Woods, un excepcional calibre, como el swing de Tigre Woods, un modelo de elegancia y exactitud extrema. Un cronógrafo deportivo como ningún otro para un deportista como ningún otro.



8

9



10





Citroën

C3 Pluriel

Ficha Técnica Citroën C3 Pluriel

Modelos	1.4i	1.6i 16v
Motor		
Nº Cilindros	4	4
Cilindrada cm ³	1360	1587
Potencia Máxima	75/5.400	110/5.750
Par Máximo	118/3.300	147/4.000
Prestaciones		
Velocidad Máxima	164	188
Consumo		
Promedio l/100 Km	9,39	9,23

Directamente derivado de la gama C3, el Pluriel hereda todos los valores de las berlinas e invita a romper con la monotonía cotidiana.

Concebido como un coche para el uso diario, se revela más práctico e ingenioso que la mayoría de coches de su categoría, dando un paso adelante en la búsqueda del coche pequeño ideal. Así, se constituye como una berlina cerrada con un estilo dinámico totalmente redondeado.

Uno de sus puntos fuertes es la visión panorámica de la que disfrutan todos los pasajeros, incluso en su configuración como berlina cerrada. Los cuatro cristales laterales, con mando eléctrico, descienden en su totalidad. ■



Precios

1.4i	15.420 euros
1.6i 16v	17.080 euros

Berlina BMW

MOTOR



Ficha técnica Berlina BMW Serie 5

	520i	525i	530i	535i	540i	520d	525d	530d
Motor								
Cilindros/Válvulas	6/4 cilindro	6/4 cilindro	6/4 cilindro	8/4 cilindro	8/4 cilindro	4/4 cilindro	6/4 cilindro	6/4 cilindro
Cilindrada cm ³	2171	2494	2979	3498	4398	1951	2497	2926
Potencia máxima	170/5.900	192/5.500	231/5.300	245/5.500	286/5.400	136/4.000	163/3.900	193/4.000
Par máximo	210/3.500	245/3.500	300/3.500	345/3.800	440/3.600	280/1.750	350/2.000	410/1.750
Prestaciones								
Velocidad Máxima	226	238	250	250	250	206	219	230
Consumo								
Promedio l/100 Km	9,0	9,4	9,5	11,6	12,1	5,9	6,7	7,1

En el mundo en que vivimos, la calidad y el carácter genuinos son algo cada vez más excepcional. BMW lanza la nueva Berlina Serie 5, un coche perfectamente adaptado a las necesidades de los conductores y lleno de destreza y talento.

La Serie 5 no sólo es deportiva, también es muy atractiva. Sus estilizadas líneas están dotadas de una eficacia aerodinámica y resultan muy elegantes.

En el interior, podemos encontrar un salpicadero muy cómodo de utilizar, realizado con materiales de primera calidad y unos asientos muy seguros y confortables.

Respecto al motor, destacan los motores diesel de 2 y 3 litros únicos en todo el mundo, los gasolina de 6 cilindros y los potentes motores de 8 cilindros en V. Todos ellos diseñados se acuerdo a unos estándares de calidad elevados.

Los nuevos modelos incorporan el sistema de seguridad F.I.R.S.T. de BMW que combina seguridad activa y pasiva

en un enfoque integrado. Este concepto no sólo proporciona una protección global para el conductor, sino también para el resto de usuarios y para el propio automóvil.

La armonía que impera en el habitáculo es el resultado de un trazado claro de las líneas del diseño y del ritmo determinado por la combinación de superficies, colores y materiales. ■



Precios

520i	38.900 euros
530i	46.500 euros
530d	46.500 euros

El Periódico del Motor

**EL GRUPO INTERECONOMÍA HA LANZADO UNA NUEVA
PUBLICACIÓN ESPECIALIZADA EN AUTOMOCIÓN QUE
OFRECERÁ SEMANALMENTE INFORMACIÓN SOBRE LA
ECONOMÍA DEL SECTOR Y PRESENTARÁ LO MÁS
DESTACADO DE LOS NUEVOS MODELOS DE
AUTOMÓVILES, MOTOCICLETAS Y VEHÍCULOS
INDUSTRIALES.**

A SU VEZ, SE REFLEJARÁN PRECIOS, DEPORTES, RUTAS DE VIAJE, GASTRONOMÍA Y COMPLEMENTOS QUE SE DIRIGIRÁN A LOS USUARIOS Y PROFESIONALES DEL SECTOR DE LA AUTOMOCIÓN

**SE DIFERENCIARÁ DEL RESTO DE LAS PUBLICACIONES
POR SU PRECIO (1 EURO), CARACTERÍSTICAS,
FORMATO, DÍA DE APARICIÓN Y DISEÑO.**

BOLETÍN DE SUSCRIPCIÓN

Cuñón de mayo de 2003



Deseo recibir los próximos 12 números de MONEDA ÚNICA al precio de 33 euros precio para España

NOMBRE DE EMPRESA

NOMBRE Y DOS APELLIDOS

DIRECCIÓN

DIRECCIÓN DE POBLACIÓN

PROVINCIA

C.B.

POBLACION: _____ PAÍS: _____ TELÉFONO: _____

FAX: 514-383-6580 E-MAIL: info@vivintech.com

PARIS ----- TELEGRAM

E MAH

Ch. -----

FORMA DE P

FORMA DE PAGO

ADJUNTO CHEQUE NOMINATIVO POR IMPORTE DE 33 EUROS A FAVOR DE EUROEMPRESA EDITORIAL, S.L.

CÁRGESE EN MI CUENTA | _____ | _____ | _____ | _____ | LA CANTIDAD
ENTIDAD OFICINA D.C. N° CUENTA
DE 33 EUROS.

suscripciones@monedaunica.net

Consiga la suscripción a MONEDA ÚNICA llamando al teléfono 902 014 315 o enviando este cupón al fax 902 014 535 o enviando por correo este boletín debidamente cumplimentado a C/ Capitán Haya, 60, 2º 28020 MADRID.

S

Saldo de deuda en manos de extranjeros: Dato que indica el interés de los inversores institucionales internacionales en los activos de renta fija española.

Salida a bolsa: Se produce cuando una empresa decide entrar en el mercado bursátil. Salir a bolsa exige informar al mercado con la máxima transparencia; en contrapartida, el dinero que aportan los accionistas inyecta financiación para acometer proyectos de expansión de la compañía.

Salón de contratación: Lugar destinado a los coros en el edificio de la bolsa.

Samurais: Aquellos bonos en yenes emitidos por entidades internacionales y que cotizan en el euromercado.

SCLV: Siglas de Sociedad de Compensación y Liquidación de Valores, es decir, del organismo que se encarga de tramitar y rematar las órdenes bursátiles. Scoring: Cuestionario tipo para controlar el riesgo financiero de un cliente. Sirve para defenderse contra la morosidad.

Scrip dividens: Dividendos que se pagan con nuevas acciones de la empresa, en lugar de utilizar efectivo.

Segundo mercado: Agrupa a las pequeñas y medianas empresas que quieren acudir a la bolsa para obtener financiación pero que, por su tamaño, no pueden cotizar en el mercado general.

SEAQ: Sigla del “Stock Exchange Automated Quotation System”, el sistema informatizado de cotizaciones de la Bolsa de Londres. Está conectado al NASDAQ americano.

SEBC: Sistema Europeo de Bancos Centrales, el organismo que une al Banco Central Europeo y a los bancos centrales de cada país participante en la Unión Económica y Monetaria. Asegura el buen funcionamiento del sistema de pagos en el área del euro, además de velar por la estabilidad del sistema financiero.

SEC: Sigla de Securities and Exchange Commission, máxima autoridad

bursátil de Estados Unidos. Creada en 1934 para actuar como policía de los mercados. Vela por la legalidad de las transacciones y defiende los derechos del inversor.

Secreto bancario: Compromiso de todas las instituciones financieras (no sólo de los bancos) para mantener la máxima discreción en torno a la situación económica de sus clientes.

Securities: Término anglosajón, utilizado en los informes de algunas entidades, para designar a los valores mobiliarios.

Segundo mercado: Mercado bursátil para pequeñas y medianas empresas, como eventual paso previo hacia el mercado principal. Exige condiciones menos rigurosas que el primer mercado a las sociedades que quieran cotizar en él.

Seguridad: Uno de los tres grandes criterios, junto a la rentabilidad y la diversificación, que determinan la elección de un producto financiero.

Seis sabios: Apelativo de los seis institutos de estudios económicos más importantes de Alemania. La importancia de sus informes radica en el papel de locomotora que la economía alemana ejerce tradicionalmente respecto al resto de Europa.

Separación de bienes: Régimen económico del matrimonio que restablece la independencia del patrimonio de cada uno de los cónyuges.

SEPI: Siglas de la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales. Su finalidad es gestionar las industrias con participación estatal de forma competitiva y con criterios de eficacia empresarial.

SEPPA: Siglas de la Sociedad Estatal de Participaciones Patrimoniales.

Serpiente monetaria: Mecanismo creado en 1972 para reducir la fluctuación de las monedas europeas. Funcionó hasta 1979, fecha en que, con el mismo fin de estabilizar el tipo de cambio, se puso en marcha el Sistema Monetario Europeo (SME).

Sexygate: Apodo del escándalo que, en enero de 1998, relacionó sexualmente al presidente de EEUU, Bill Clinton, con una becaria de la Casa Blanca. El asunto provocó cierto nerviosismo pasajero en Wall Street.

Shock asimétrico: Teoría que sostiene que la moneda única europea podría tener un impacto negativo en algunos países de Europa, y no en otros. Por ejemplo, el descenso de los tipos de interés podría recalentar alguna de las economías del euro y conducir a presiones inflacionarias; en esta situación, los productos de esa economía no podrían competir con los de las demás, debido a la total transparencia de precios que proporcionará el euro.

Shock de convergencia: Equivalente a shock asimétrico.

SIBE: Siglas de Sistema de Interconexión Bursátil. Método electrónico que conecta a todas las bolsas españolas y en el que se realiza prácticamente el cien por cien de la negociación bursátil total.

Sicav: Sociedad de Inversiones de Capital Variable. No confundir con Simcav (véase). La Sicav es una sociedad que emite títulos y que, a su vez, gestiona una cartera de acciones y obligaciones cuyo capital varía constantemente. El inversor compra títulos de la Sicav. El valor de la propia Sicav depende de cómo evolucionen las acciones y obligaciones que forman la cartera que gestiona.

SIM: Siglas de Sociedad de Inversión Mobiliaria. Es un tipo de inversión colectiva. Funciona igual que una Simcav (véase), pero con la diferencia de que su capital es fijo.

Simcav: Siglas de Sociedad de Inversión Mobiliaria de Capital Variable. Son compañías cuya función es ser un instrumento de inversión colectiva, al igual que los fondos de inversión. Sin embargo, el cliente no compra participaciones, sino acciones de la propia Simcav, ya que ésta es en sí misma una compañía que cotiza en bolsa. Tienen más flexibilidad que los fondos de inversión para moverse rápidamente por el mercado, aprovechando oportunidades. A diferen-

cia de los fondos, suelen repartir periódicamente dividendos y la bolsa suele tener un mayor peso en su patrimonio. Es un tipo de producto atractivo para inversores con patrimonios elevados; para el inversor común, resulta más cómodo optar por un fondo de inversión que por una SIM o una Simcav.

Sindicato de accionistas: Grupo formado por varios accionistas para defender sus derechos.

Síndico: Persona que representa a un mercado bursátil.

Sistema Objetivo: Mecanismo que arranca el 1 de enero de 1999. Permitirá liquidar los pagos interbancarios del euro en tiempo real, gracias a la conexión informática entre todos los países que participan en la moneda única.

Sistema Target: Ver “Sistema Objetivo”.

Sleaze: Prácticas basadas en el tráfico de influencias que, sin ser ilegales, rozan el límite de lo que permite la ley. El término se relaciona con los procesos de privatización de empresas públicas, con la actuación de los grupos de presión, etc.

SME: Sistema Monetario Europeo. Define los márgenes de tipo de cambio en los que pueden moverse las monedas europeas. A mediados de los años 90, después de los ataques especulativos que expulsaron del sistema a la lira y la libra esterlina, las bandas de fluctuación de las monedas se ensancharon hasta el 15%. Las monedas de los países que quieran incorporarse al euro tienen que haber permanecido en el SME durante al menos dos años.

SME-bis: Nombre del Sistema Monetario Europeo que sustituye al SME vigente hasta el nacimiento del euro. Regula las divisas de las monedas de la Unión Europea que no participan en la moneda única. El SME-bis funciona como una antesala obligatoria para participar en el euro: los países cuyas divisas no han permanecido un tiempo en el sistema, no pueden incorporarse a la Unión Monetaria.

Sobre la par: Compra de una acción a un precio superior a su valor nominal o al 100%.

Sobreponderar: En jerga bursátil, recomendación de primar determinados valores sobre otros, debido a que tienen mejores perspectivas de rentabilidad.

Sociedad anónima: Empresa cuyo capital social está distribuido en acciones y que limita la responsabilidad de sus socios al capital aportado.

Sociedad de Bolsas: Organismo que se encarga de gestionar el mercado continuo y que está formado por las cuatro plazas bursátiles españolas.

Sociedad de cartera: Sociedad destinada a la tenencia de acciones de otras sociedades, para controlarlas, obtener rentabilidad o las dos cosas a la vez.

Sociedad gestora: Su fin es la administración y representación de fondos de inversión.

Sociedades Mediadoras del Mercado de Dinero (SMMD): Se dedican a la colocación, de fondos de particulares o de empresas, en activos financieros, generalmente a corto plazo.

Sociedad patrimonial: Se constituye para transmitir herencias complejas o de difícil reparto, en cuyo caso los herederos no se hacen con bienes concretos, sino con acciones de esa empresa. También puede crearse para gestionar un gran patrimonio o, simplemente, los bienes y los ingresos de un profesional liberal al que interese reducir el peso de la presión fiscal.

Sociedad rectora: Aquella encargada de regir y administrar cada una de las bolsas de valores. Todos los miembros de cada bolsa son accionistas de sus rectoras.

Sociedad de valores: Entidad financiera especializada que reviste la forma de sociedad anónima y opera en el mercado de valores. A diferencia de las agencias de valores, puede actuar por cuenta propia, asegurar emisiones y conceder créditos para la compra de valores.

Solvencia: Capacidad para hacer frente a las deudas contraídas.

Sopera: Ver “techos y suelos redondeados”.

Soporte: En el análisis técnico, es

aquella zona del gráfico que sirve para proyectar nuevas alzas de precios. Cuando un valor toca su precio de soporte, lo habitual es que rebote en él y vuelva a subir. Si, por el contrario, lo perfora, lo más probable es que baje aún más.

Soros, George: Financiero que lanzó los ataques contra la libra esterlina en 1992; la situación motivó que la divisa británica abandonara el Sistema Monetario Europeo. La prensa económica y financiera concede, en ocasiones, casi tanta importancia a un comentario de Soros, como a un discurso del presidente de la Reserva Federal o del Bundesbank. Soros emplea gran parte de sus ganancias en ejercer como filántropo en los países del Este de Europa.

Sostenibilidad: Palabra que normalmente aparece en cursiva, puesto que su equivalente en castellano sería sostenible; es un galicismo que define la obligación de los países que participan en el euro de garantizar el saneamiento de las finanzas públicas.

Spin-off: Anglicismo que alude a la transferencia de activos a los accionistas.

Split: Vocablo anglosajón que se utiliza como sinónimo de desdoblamiento de acciones. Las entidades que acometen un “split” convierten un título en varios (habitualmente dos o tres), de modo que el valor nominal del título dividido se fragmenta en igual proporción. Esta reducción del nominal tiene un efecto directo en el precio cotizado, que también se parte en una proporción similar. Esta operación aumenta el número de títulos que se pueden negociar en el mercado y tiene un positivo efecto psicológico sobre los pequeños inversores, ya que reciben un mayor número de títulos por la misma cantidad de dinero. Muchos valores españoles han efectuado “splits” a lo largo de 1998 con el objetivo de que su nominal (habitualmente de 500 o 1.000 pesetas) se aproxime a un euro (unas 168 pesetas).

Splitting familiar: Concepto fiscal que suma las rentas de los dos cónyuges y las divide entre dos para que ambos paguen el mismo tipo.

Spot: Al contado. Se habla de operación spot y mercado spot. Opuesto a forward (a plazo).

Cinco razones de peso para elegir el servicio de carga de Trasmediterránea.

Especialización en Tráfico carga rodada:

Amplias explanadas en los puertos.
Buques con calles de 3 metros de ancho.
Conexión eléctrica para vehículos frigoríficos.



Servicio Express en las principales líneas:

Buques Catamaranes en: Barcelona/Palma/Barcelona, Algeciras/Ceuta/Algeciras.
Buque Fást-Ferry en: Valencia/Ibiza/Valencia (verano).

La mejor conexión marítima con el archipiélago canario:

3 veces en semana Cádiz con: Las Palmas de Gran Canaria, Santa Cruz de Tenerife, Santa Cruz de la Palma.
1 vez en semana Cádiz con: Arrecife de Lanzarote, travesías en 30 horas (aproximadamente).

Máximo confort para los conductores:

Zonas exclusivas ("El Club") y Camarotes completamente equipados.


TRASMEDITERRÁNEA
Una razón de peso.





valenciaport

Autoridad Portuaria de Valencia

Muelle de la Aduana, s/n. · Tel. 96 393 95 00 · Fax 96 393 95 99