

las cámaras catalanas
presentan el **paí 2008**

El *Noticiari* salta a la Red

SUSCRÍBASE GRATUITAMENTE

www.nce.cat

SERVICIOS INTERNACIONALES

Las Cámaras de Comercio son la primera institución, después de la Administración, que más recursos destina a fomentar la internacionalización de las empresas y ofrecer apoyo logístico en las acciones exportadoras.

Por ello, las 13 Cámaras que componen el Consell General de Cambres de Catalunya ofrecen una serie de servicios para promocionar la internacionalización y en las que participan anualmente miles de empresas del país.

El *Noticiari de Comerç Exterior* recoge en esta página algunos de los servicios que cualquier empresa puede solicitar a la Cámara correspondiente a su demarcación:

Participaciones en ferias
Misiones directas
Misiones inversas
Encuentros empresariales

Seminarios, jornadas y conferencias
Tramitación de ayudas
Expedición de cuadernos ATA
Expedición de certificados de origen
Legalización de facturas comerciales
Bolsa de subcontratación
Formación
Programa NEX PIPE 2000
Programa de seguimiento PIPE 2000 Catalunya
Informes comerciales
Programa de licitaciones internacionales
Búsqueda de socios industriales en el extranjero
Base de datos de comercio exterior
Recuperación del IVA pagado en el extranjero
Servicio de traducciones

NEGOCIOS INTERNACIONALES

En esta página web se puede encontrar una interesante bolsa de oportunidades comerciales en la que caben tanto las demandas y las ofertas en los 5 continentes, además de licitaciones de los diferentes bancos de desarrollo. Éstos (Banco Mundial, Banco Interamericano de Desarrollo, Banco Asiático de Desarrollo, etc.) gestionan un importante volumen de ayuda económica que los países desarrollados, en forma de créditos y préstamos, dirigen a los países en desarrollo. Una de las vías para la ejecución de esta ayuda son los contratos de obra, suministro o servicios, financiados por los mencionados bancos, y abiertos a la participación de las empresas de los países desarrollados.

Más información en:

www.cambrabcn.es/Castellano/Comerc_exterior/frame-set_contactos_internacionales.htm



EURO INFO CENTRE



Euro Info Centre es una red de información y asesoramiento, promovida por la Comisión Europea, al servicio de las empresas para mejorar su posición en el conjunto de la UE y en la misma puede obtenerse información sobre:

Actualidad europea
Proyectos europeos de búsqueda de socios
Cooperación empresarial
Pymes y comercio electrónico
Publicaciones europeas
Otras páginas de interés
Legislación europea
Licitaciones

Más información en:

www.cambrabcn.es/Castellano/Comerc_exterior/frame-set_euro_info_centre.htm



sumario

- 04 El *Noticiari* salta a la Red
- 06 PAI 2008:
una herramienta para el éxito
- 10 Hacia un cambio de modelo
en el patrón exportador
- 14 Infraestructures
per a una Catalunya
cohesionada i competitiva
- 18 Entrevista a
Jesús Sanz,
director general de Casa Asia



carta abierta

un cambio en beneficio de las empresas

La internacionalización de nuestras empresas es una de las prioridades de las Cámaras de Comercio de Catalunya. Un país de la dimensión de Catalunya no puede aspirar a un grado importante de desarrollo si no dispone de una gran cobertura internacional y sus empresas no cuentan con el exterior en sus procesos, ya sea en los ámbitos de aprovisionamiento, financiación, conocimiento, así como en las ventas o ubicación.

Éste es un proceso que constantemente se intensifica y nos obliga a la adaptación de nuestra oferta de apoyo a las empresas en todos los ámbitos. El momento en el que nos encontramos es de intensificación de la cooperación entre Cámaras con el fin de garantizar una oferta de servicios complementaria que responda a las aspiraciones de las empresas de toda Catalunya, independientemente de su sector, sus características, desarrollo y localización geográfica.

Por dicho motivo se ha tomado la decisión de cambiar esta publicación, *Noticiari de Comerç Exterior* de las Cámaras. Quiere darse mayor rapidez y alcance a la comunicación de la actividad de las Cámaras para así lograr aumentar la eficacia de las convocatorias y las programaciones vigentes. Para poder conseguirlo, se abandona el soporte papel y la distribución postal, pasándose al formato digital y la distribución electrónica. Ha sido una decisión difícil de tomar, atendiendo a la larga tradición del NCE, pero la prioridad en estos momentos es poder llegar a más empresas y con mayor frecuencia para garantizar que todo aquel que lo precise esté informado de las actividades que pueda necesitar para la mejora de su posición internacional.

Narcís Bosch
Director gerente del Consell de Cambres de Catalunya

BOLETÍN DE SUSCRIPCIÓN

Si desea suscribirse gratuitamente al *Noticiari de Comerç Exterior*, envíenos sus datos al fax: 932 848 192 / tel. 932 848 911 / dirección electrónica: informatiu@cambrascat.es

Nombre y apellidos _____ Empresa _____
Dirección _____
Población _____ Código postal _____ Teléfono _____
Fax _____ Dirección electrónica _____

Los datos registrados en este formulario son confidenciales. Tiene derecho a solicitar que se le consulte, para actualizarlos o eliminarlos. También tiene derecho a negarse a recibir más ofertas por correo u otros medios; si es así, marque una cruz en la casilla siguiente

el *Noticiari* salta a la red

A partir del próximo mes, *Noticiari de Comerç Exterior*, una publicación con más de 50 años de historia, da un salto al mundo digital y pasará a editarse en Internet. Eso sí, la filosofía y los objetivos de la publicación cameral seguirán siendo los mismos: informar y dar servicio a las empresas a catalanas internacionalizadas.

De hecho, la razón última del cambio es, además de sumarse a lo que ya es una realidad –el mundo digital y el universo de Internet–, buscar una mayor interactividad con las empresas catalanas. Esto es, aprovechar al máximo las nuevas tecnologías para actualizar contenidos y agilizar cuestiones de interés para los responsables de las empresas internacionales, tales como informaciones sobre misiones comerciales, evolución de los mercados internacionales y otras muchas noticias del sector.

Pero la nueva estrella informativa serán, sin duda, las misiones comerciales que organizan las 13 Cámaras catalanas. Además de comunicar en todo momento y de actualizar permanentemente las misiones que están abiertas a todas las empresas, la nueva etapa digital centrará buena parte de sus contenidos en informar sobre las oportunidades de negocio que se presentan a través de la amplia oferta de misiones comerciales directas e inversas, puentes empresariales, visitas a ferias y encuentros empresariales, etc.

Para ello se contará con la colaboración de los técnicos camerales, los propios encargados de organizar las misiones, que evaluarán las oportunidades de negocio. De hecho, el tratamiento informativo, que variará en función de la tipología de acción, incluirá también experiencias y opiniones de las empre-

sas participantes o de especialistas en los mercados de destino.

La ventaja de la web es que, a diferencia del formato en papel, la variedad y complementariedad de informaciones es casi infinita. Cualquier información podrá ir acompañada, en función del interés informativo, de material de apoyo: desde webs a informes, estudios o estadísticas relacionadas con cada noticia.

De hecho, la razón última del cambio es, además de sumarse a lo que ya es una realidad – el universo de Internet–, buscar una mayor interactividad con las empresas catalanas

Mayor flexibilidad

Es más, hay otro aspecto que cambia radicalmente (y en este caso, para bien). Se acabó la periodicidad mensual. Si bien es cierto que con regularidad mensual los contenidos quedarán totalmente renovados, también lo es que no será de un día para otro, sino más bien de

adiós papel, adiós

Las nuevas tecnologías, e Internet en particular, permiten un sinnúmero de posibilidades a las publicaciones informativas de diversa índole. La interactividad y la actualización inmediata hacen posible el reforzar un valor al alza en el mundo de hoy: la información. Pero eso no es óbice para rendir en estas últimas páginas un último recuerdo a una dilatada trayectoria del *Noticari* en soporte papel. Más de 1.300 números en 45 largos años han convertido este boletín cameral readaptado a revista en un referente del sector.

Muchos aún recordarán aquel boletín en papel verde que informaba de los actos y las misiones camerales. Hace 5 años y medio, concretamente en junio de 2002, el boletín se reconvirtió en una revista con el formato actual, donde primaba un diseño más atractivo para el lector, así como la imagen, pero sin perder el interés informativo. Desde entonces, han sido muchos los reportajes de portada y las entrevistas realizadas. Ahora, esos y otros nuevos contenidos dan un salto a la Red.

SUSCRÍBASE GRATUITAMENTE

El *Noticiari* en digital



El *Noticiari de Comerç Exterior* inicia una nueva andadura y pasará a ser una revista digital. Los interesados en recibir los *newsletters* pueden suscribirse enviando un mensaje por correo electrónico a la dirección: nce@mediaeuropa.net

De conformidad con lo que dispone la LO 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal, podrá en todo momento ejercer los derechos de modificación y cancelación de datos.

forma escalonada. Es decir, en el momento en que una noticia, entrevista y/o reportaje, así como un estudio o estadística esté disponible, no habrá que esperar a contar con el resto de piezas finalizadas, cada una se podrá incorporar a la web independientemente de las otras.

Sobre los contenidos, cambiará el formato. Las piezas serán más sintéticas, pero sin que se produzca una pérdida del interés informativo. La concreción de los reportajes, noticias y entrevistas se compensará con los materiales de apoyo que se adjunten.

Por lo que se refiere a las secciones, además de prestar especial atención a las misiones comerciales tal y como señalábamos anteriormente, también habrá espacio para otras acciones camerales, como sesiones informativas, seminarios y conferencias, además de entrevistas a empresarios que hayan tenido especial acierto en su estrategia de internacionalización.

Igualmente, la opinión y la reflexión tendrán, por descontado, cabida. Se mantendrá la “carta abierta”, un espacio para la opinión de cada uno de los 13 presidentes de las Cámaras catalanas, así como otras piezas de diferente tamaño y función: desde análisis generales

hasta apuntes de temas muy concretos al estilo de la tradicional “En 2 palabras” que cierra actualmente la revista en soporte papel.

Las piezas serán más sintéticas, pero sin que se produzca una pérdida del interés informativo. La concreción de los reportajes se compensará con los materiales de apoyo que se adjunten

Por último, habrá espacio asimismo para las recomendaciones, las lecturas y las estadísticas. La web, que desea aumentar la interacción con los profesionales del sector, recomendará lectu-

ras de todo tipo: desde artículos especializados a libros, desde informes a estudios sectoriales, pero también quiere hacerse eco de las recomendaciones de los lectores y usuarios. Toda información y/o recomendación de interés realizada por los lectores será referenciada.

El objetivo de este profundo cambio de la decana informativa sobre el mundo de la internacionalización en Catalunya, en definitiva, es aprovechar las nuevas herramientas que permite Internet y acercar la realidad y el trabajo de las Cámaras a las empresas catalanas. Siendo optimistas, y eso nos proponemos desde el principio, otro de los objetivos de este nuevo portal que viene a enriquecer el prolijo panorama editorial digital es abrir un nuevo canal de comunicación entre las empresas y las Cámaras.

P. C.

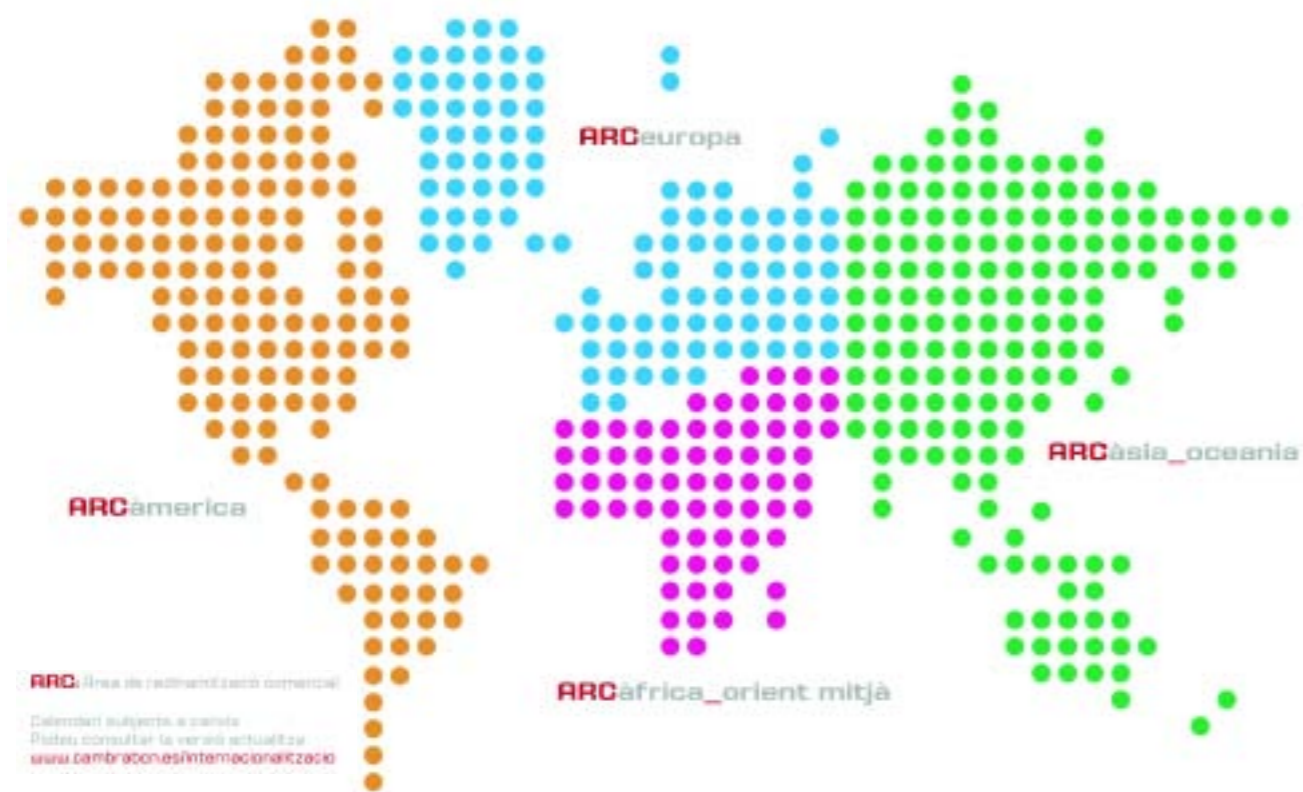
www.nce.cat

A partir de unas semanas ésta será la dirección web que todos los interesados que deseen leer el *Noticiari* en la Red deberán teclear. Claro que existe otra posibilidad: suscribirse gratuitamente y recibir en su cuenta de correo electrónico un boletín quincenal con las principales novedades informativas.

paí 2008:

una herramienta para el éxito

Como cada año, las Cámaras catalanas, a través del Consell General de Cambres, han aunado esfuerzos para diseñar conjuntamente un plan en el que las empresas del Principat tengan a su alcance todas las herramientas necesarias para abordar con garantías sus retos a lo largo de este ejercicio que ahora comienza.



No hay que olvidar que la internacionalización como tal no es un deber, pero sí un elemento cada vez más imprescindible para asegurar la competitividad y el progreso empresarial y, por ende, el progreso y el bienestar de la sociedad. Empresas competitivas, abiertas al exterior con mercados diversificados son, por tanto, sinónimo de una economía abierta al mundo y que se beneficia de las sinergias que ofrece la globalización.

Porque ésa es otra cuestión que no hay que olvidar. La globalización ha trastocado la marcha de la economía contemporánea, es como si la historia se hubiese acelerado. La revolución tecnológica

o de transportes, así como las cada vez menores trabas al comercio internacio-

De lo que se trata es que cada empresa, con la ayuda de los planes camerales, sea capaz de desarrollar e implementar sus planes de acción internacional

nal y al movimiento de capitales ha creado un nuevo escenario en el que más

que el tamaño, lo que importa es el arrojo, el buen hacer y la competitividad resultante de ofrecer más y mejores productos y servicios.

La ampliación del mercado y la fragmentación del mismo multiplica las oportunidades de negocio, pero a diferencia de lo que sucedía en el pasado, la competencia internacional es más presente. Antaño era limitada, incluso en algunos nichos de mercado era prácticamente inexistente. Ya no es así. Eso es algo del pasado. Ahora la presencia de competencia internacional es creciente e incluso las empresas más remolonas a la hora de replantear su estrategia internacional por no considerarlo necesario



| | PIB EN PARITAT DE PODER ADQUIRITIU | | ESTRUCTURA VALOR AFEGIT | | | SECTOR EXTERIOR | | | | | |
|-----------------------------|------------------------------------|------------|-------------------------|---------------------|-------------------------------------------|-----------------|---------------|-------------|----------------------------------|----------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| | Total | Per capita | PIB | PIB | PIB | Agricultura (%) | Indústria (%) | Serveis (%) | Saldo per compte corrent (% PIB) | Tassa d'obertura comercial (% PIB) (0) | Inversió estrangera directa (sortides) en milions de dòlars |
| | Milers de milions de dòlars | % mundial | Dòlars | Milers mundial *100 | creixement 1995-2004 (tasa mitjana anual) | | | | | | |
| Unió Europea | 12.626 | 20,7 | 27.530 | 251 | 2,3 | 2 | 27 | 71 | -0,3 | 77 | 55.4801 |
| Europa no integrada | 3.506 | 5,7 | 10.356 | 103 | 3,2 | 8 | 34 | 58 | 5,5 | 74 | 78.987 |
| EUROPA | 16.131 | 26,4 | 37.886 | 354 | 2,4 | 3 | 29 | 69 | 0,6 | 76 | 633.788 |
| Amèrica del Nord | 14.523 | 23,8 | 33.837 | 356 | 3,4 | 1 | 23 | 76 | -5,4 | 32 | 27.540 |
| Amèrica Central i Carib | 355 | 0,6 | 4.827 | 52 | 3,6 | 13 | 26 | 61 | -5,3 | 61 | 1.798 |
| Amèrica del Sud | 3.257 | 5,4 | 6.930 | 94 | 2,4 | 10 | 37 | 53 | 3,1 | 42 | 12.067 |
| AMÈRICA | 18.145 | 29,7 | 20.627 | 220 | 3,3 | 2 | 24 | 74 | -4,6 | 33 | 41.426 |
| Àsia occidental | 1.653 | 2,7 | 8.377 | 88 | 3,9 | 5 | 40 | 45 | 16,8 | 83 | 18.494 |
| Àsia central i meridional | 4.889 | 8,0 | 3.350 | 33 | 5,9 | 19 | 29 | 53 | -1,2 | 48 | 1.473 |
| Àsia oriental | 17.056 | 28,0 | 8.138 | 86 | 3,6 | 6 | 33 | 61 | 4,8 | 68 | 111.956 |
| Oceania | 761 | 1,2 | 23.946 | 251 | 3,0 | 4 | 26 | 68 | -5,3 | 44 | -42.229 |
| ASIA-OCEANIA | 24.358 | 39,9 | 6.298 | 66 | 4,1 | 7 | 34 | 60 | 4,6 | 67 | 69.694 |
| Àfrica del Nord | 947 | 1,4 | 5.342 | 56 | 4,3 | 11 | 46 | 43 | 13,2 | 76 | 440 |
| Àfrica central i occidental | 453 | 0,7 | 1.553 | 16 | 4,1 | 26 | 41 | 33 | 4,4 | 78 | 385 |
| Àfrica oriental | 933 | 0,5 | 1.091 | 11 | 5,0 | 37 | 22 | 42 | -6,3 | 55 | 10 |
| Àfrica meridional | 752 | 1,2 | 5.384 | 57 | 3,8 | 5 | 34 | 60 | -2,3 | 70 | 220 |
| ÀFRICA | 2.384 | 3,9 | 2.665 | 28 | 4,2 | 15 | 36 | 47 | 4,0 | 72 | 1.055 |
| TOTAL MUNDIAL | 61.020 | 100 | 81.830 | 100 | 3,2 | 4 | 26 | 68 | 0,8 | 68 | 785.960 |

(1) Definida com a (H + M de béns i serveis) / P * 100, en què H i M són les exportacions i les importacions, respectivament, de cada regió, i P el PIB de la mateixa regió.

Les dades afegides de cada regió i continent i del total mundial s'han calculat com a mitjanes ponderades pel PIB corrent dels països dels quals es disposa d'informació l'any 2004.

Font: elaborat per ICEI a partir de la base de dades ICEI-ICE.

o por miedo o incapacidad ven cómo la competencia externa es ya una realidad. Y si no lo es, lo será.

De ahí la necesidad de aumentar el número de empresas que jueguen en los mercados internacionales, bien sea para comprar, vender o producir. No hay fórmulas mágicas ni uniformes, pero si innumerables soluciones y oportunidades. De lo que se trata es que cada empresa, con la ayuda de los planes camerales y el asesoramiento de los técnicos de las 13 Cámaras, sea capaz de desarrollar e implementar sus planes de acción internacional.

Para ello las corporaciones catalanas han querido trabajar, como ya viene siendo habitual en los últimos años, en 3 niveles de actuación. En primer lugar, sectorial. Si antes decíamos que la globalización ha segmentado el mercado, uno de los objetivos camerales es conseguir que algunos de ellos, con un gran potencial y alto valor añadido, consoliden sus posiciones en los mercados internacionales. Para conseguirlo, las Cámaras han desarrollado los planes de actuación sectorial.

Plano geoestratégico

El segundo plano de actuación es el geoestratégico. En un momento en el que el patrón exportador es el que es –básicamente Europa–, las Cámaras

buscan diversificar la presencia internacional de las empresas del Principat. Eso no es incompatible con otra labor igualmente importante: la de reforzar la presencia en los países de la UE, pues además de ser los principales destinatarios de las exportaciones catalanas, existen razones de peso. Por un lado, es donde más consolidada está la imagen de Catalunya y España y, a pesar de la madurez de estos mercados, el poder de

La ampliación del mercado y la fragmentación del mismo multiplica las oportunidades de negocio, pero a diferencia de antaño la competencia internacional es más fuerte

compra es elevado. Ahora bien, ese empeño ha de ser perfectamente compatible con el gran reto de la economía española y catalana: ampliar las miras y la presencia internacional. Es decir, ir más allá de los límites de la Unión. Desde el punto de vista inversor, que no el comercial, América Latina es una prueba superada, pero no así la región

más dinámica y poblada del planeta, Asia, o el continente norteamericano, por no hablar de África u Oriente Próximo.

Finalmente, las Cámaras han querido desarrollar una tercera pata en los planes de actuación centrándose en la operativa. Conjugando los 2 planos anteriores (el sectorial y el territorial), las corporaciones catalanas han diseñado un amplio abanico de productos tanto de formación como de promoción que viene avalado por el éxito de años anteriores.

Tal y como señala el PAI 2008, de lo que se trata, en definitiva, es de “ayudar al empresario en todo el camino de la internacionalización, desde la formación específica en la operativa empresarial internacional, la información relevante de un país, hasta la selección de ayudas financieras, asistiéndolo en cada fase” hasta que alcance la madurez y seguridad necesarias a la hora de tomar las decisiones oportunas en cada momento. Es decir, hasta el éxito final de cada operación que cualquier empresa, que así lo desee, se proponga emprender con la colaboración y ayuda de toda la estructura técnica y humana de las Cámaras, que no es poca (ver cuadro adjunto).

Pelayo Corella

un panorama económico preocupante para 2008



Pere Puig i Bastard
Catedrático de Economía
ESADE/URL

En un período ciertamente breve de tiempo, los diagnósticos y previsiones más prestigiosos establecidos sobre la evolución de la economía española han experimentado cambios significativos. Dichos cambios han obedecido tanto a una cierta reevaluación de la incidencia de la grave crisis del sector norteamericano de hipotecas de alto riesgo, como al deterioro de la situación existente en el mercado español de la vivienda, y de los riesgos crediticios asociados. Algunos de estos aspectos han venido empeorando de forma mucho más rápida de lo que parecía esperable hace unos meses. Las previsiones de crecimiento no oficiales de la economía española para el año 2008, sitúan en un 3 % el aumento previsible del PIB. Los expertos mantienen que éste es todavía un crecimiento importante, notablemente superior en todo caso al de la media europea.

La creciente incertidumbre de la situación económica internacional y, muy en particular, la evolución de los últimos datos del sector de la construcción y de los mercados de crédito asociados en Estados Unidos y en otros países son los que han llevado a revisar a la baja un conjunto de estimaciones de los expertos. Los efectos de un mayor coste de las hipotecas sobre la capacidad de consumo de las familias y el posible repunte de la inflación debido a la presión de los precios del petróleo, de los cereales y de un conjunto de materias primas, han sido unos elementos esenciales en la evaluación del panorama económico general, que los especialistas han ido incorporando en sus análisis.

La OCDE, el FMI y la propia Comisión Europea pronostican, por su parte, una cierta desaceleración del crecimiento de la economía mundial. Mientras, el Banco Central Europeo sigue aplazando, de momento, su decisión de subir los tipos de interés, pese a la evidente aceleración de la inflación europea, mostrando con ello una lógica actitud de cautela frente a la posible gravedad de la actual crisis financiera. En España, en un año muy marcado por las elecciones generales, y por un intenso debate interno, el Gobierno, por su parte, se ha venido agarrando al argumento –hasta cierto punto razonable– de la continuidad en la solidez del crecimiento experimentado por la economía española.

Según unas declaraciones del vicepresidente del Gobierno, realizadas con ocasión de la presentación de su informe al Consejo de Ministros hace pocas semanas, la crisis tantas veces anunciada estos meses tendrá un impacto muy “limi-

tado” en el conjunto de la economía española, y es por ello por lo que el Gobierno no necesitaría modificar, al parecer, sus previsiones de crecimiento, situadas en un 3,3 %. Pese a ello, el Sr. Solbes podría haber moderado ya su manifiesto optimismo en unas recientes declaraciones.

El hecho es que un cierto aluvión de malas noticias, como alguien ha dicho, parece cernirse hoy sobre la propia evolución de la economía española en el momento mismo en que estamos entrando en el nuevo año 2008. Después de que nuestra economía durante 14 años haya venido experimentando una sostenida expansión, parece estar entrando ahora en una nueva situación, que por supuesto no es dramática, pero sí algo más preocupante. Nos enfrentamos a los riesgos crecientes de sufrir una cierta combinación maligna entre una inflación excesiva, que nos está haciendo perder competitividad, por un lado –debido a la continua subida de los precios de la energía, de algunos servicios y de los alimentos– y, a su vez, nos vemos expuestos a los riesgos derivados de una eventual desaceleración de la demanda de consumo y de inversión internos. Un estancamiento que, según algunos expertos auguran, podría ser derivado de la creciente situación de tipos de interés más altos y del hecho mismo de la propia explosión, tantas veces anunciada, de la famosa burbuja inmobiliaria. Todo ello en una economía, la española, que podría no encontrar recambios suficientes por lo que se refiere a los motores de crecimiento en otros sectores de actividad, y así verse enfrentada a una situación internacional cada vez menos favorable en los mercados financieros y de exportación de productos.

La escalada de la inflación se ha dado un cierto respiro en el mes de diciembre en el conjunto de la zona euro, con una subida de precios del 3,1% respecto a diciembre de 2006. En España, en cambio, el diferencial de precios se habría ampliado en 1,2 puntos porcentuales en el último mes de diciembre. Con el dato recientemente divulgado por Eurostat, el peor desde la creación de la tasa armonizada de inflación europea, la economía española podría estar entrando en una zona de turbulencias que agrandaría la pérdida de competitividad de sus sectores exportadores, socavaría la fortaleza de ciertos sectores más dinámicos de su economía y contribuiría a reforzar su grado de exposición a una situación interna de posible debilidad de la demanda de consumo interno.

hacia un cambio de modelo

Todo el mundo sabe que el patrón de crecimiento actual ha caducado: la construcción no tirará mucho más del carro y el consumo interno está con la lengua fuera fruto del alto endeudamiento de las familias. Pero hay noticias positivas. Una de ellas, la creciente fuerza de los servicios en las exportaciones catalanas.

Un estudio elaborado por la Cámara de Barcelona sobre las perspectivas económicas de 2008 así lo avala. Indudablemente, falta recorrido para confirmar si los datos que se apuntan en el estudio son duraderos o un simple repunte en una tendencia ambivalente, pero los datos más recientes muestran señales altamente positivas.

Descontado el enfriamiento de la construcción, los responsables del Servicio de Estudios de la Cámara barcelonesa afirman algo por otra parte lógico: el relevo no vendrá de la mano de la demanda interna, pues ésta tenderá a moderarse los 2 próximos años debido, en buena medida, “a una menor creación de puestos de trabajo, unos niveles de endeudamiento familiar situados en máximos históricos y una menor percepción de aumento de la riqueza asociada con el estancamiento de los precios de la vivienda de propiedad”.

Así pues, la conclusión es clara: “la clave que determinará la evolución de las economías catalana y española a lo largo de los próximos años será el sector exterior”. Y decir eso cuando aún hoy este sector exterior resta crecimiento a la economía, tiene su enjundia. Para darle la vuelta a tal situación debe, antes que nada, conseguirse un objetivo: revertir la pérdida de competitividad. Y eso se hace de muchas maneras, pero todas pasan por una premisa: aumentar la productividad. Entre 1996 y 1999, las exportaciones españolas crecieron por encima de la media mundial. Pero a partir de ese ejercicio la situación cambió. Los beneficios derivados de las devaluaciones de la

peseta en el marco del Sistema Monetario Europeo y el tipo de cambio adoptado con el euro fueron perdiendo fuerza y la situación se deterioró con suma rapidez.

Y no puede decirse que la culpa sea de los mercados emergentes. La irrupción en los mercados internacionales de países como China o la India es cierto que ha transformado las relaciones económicas en el mundo y que son ya, por méritos propios, un actor de primer orden.

Así pues, la conclusión es clara: “la clave que determinará la evolución de las economías catalana y española a lo largo de los próximos años será el sector exterior”

Pero la culpa no es de Oriente. Ante esa situación ha habido países de nuestro entorno que se han encumbrado a lo más alto del ránking exportador mundial. Véase el caso de Alemania.

Así pues, es fundamental revertir los males actuales y conseguir un aumento importante de las exportaciones. De hecho, para conseguir tasas de crecimiento económico cercanas al 3 %, la Cámara de Barcelona señala como imprescindible que haya un punto de inflexión y que “se iguale o se supere el ritmo de crecimiento de las exportacio-

nes de nuestros principales socios y competidores comerciales”, caso de Italia o Francia. La Cámara entiende que “mientras no se produzca ese cambio de tendencia no podremos decir que se esté produciendo un cambio en el modelo de crecimiento”.

Señales de cambio

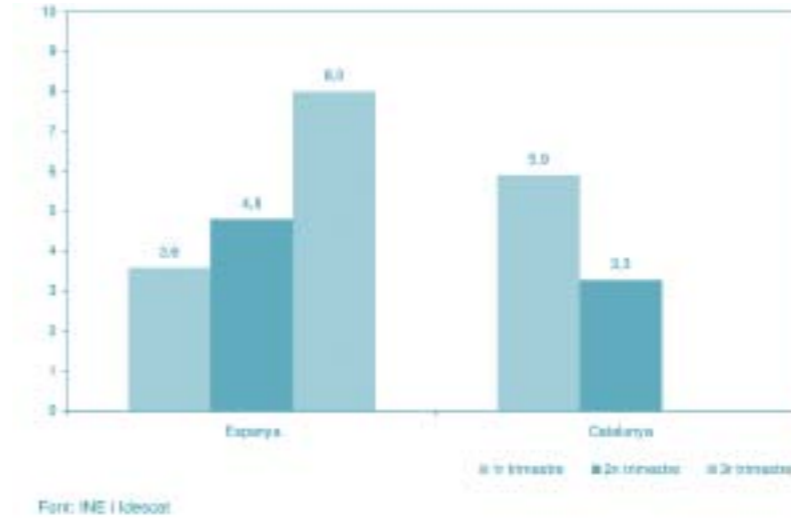
Los primeros 3 trimestres de 2007 dejaron buenas sensaciones que tendrán que confirmarse con las sucesivas entregas de los datos referidos al último trimestre y a los de 2008. “Si el último trimestre confirma este buen comportamiento, el crecimiento de las exportaciones españolas podría volver a situarse en línea o por encima de la media de la zona euro, lo que no ocurría desde 2003”. Tan es así que, por primera vez, en 2006 se produjo un cambio de tendencia en las exportaciones: los servicios no turísticos superaron a los turísticos (17 % por 15,8 %).

Ahora bien, aunque es cierto que estos servicios, los no turísticos, crecen y lo hacen con fuerza, el peso de las exportaciones españolas en este campo y en el marco de la UE, aun habiendo crecido más de punto y medio en la última década, sigue por debajo del peso real de la economía española respecto a los países de la Unión. Por lo que se puede deducir que el potencial de crecimiento es muy elevado.

Durante la presentación a los medios de comunicación de este estudio, Miquel Valls, presidente de la Cámara de Barcelona, señaló que España ya es la octava potencia mundial de servicios a

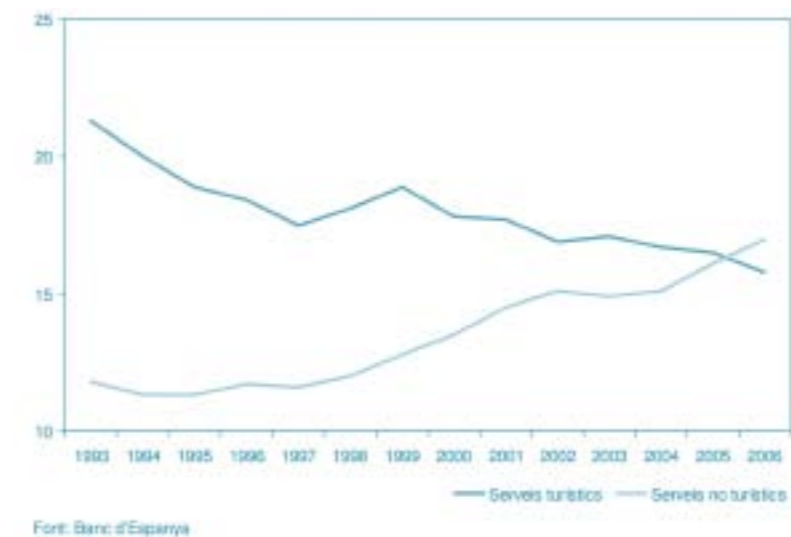
EXPORTACIÓ DE BÉNS I SERVEIS. ANY 2007

Tases de variació interanual, en volum



PES DE LES EXPORTACIONS DE SERVEIS TURÍSTICS I DE SERVEIS NO TURÍSTICS SOBRE EL TOTAL D'EXPORTACIONS DE BÉNS I SERVEIS

En percentatge sobre el total d'exportacions de béns i serveis



PES DE LES EXPORTACIONS DE SERVEIS TURÍSTICS I DE SERVEIS A LES EMPRESES SOBRE EL TOTAL D'EXPORTACIONS DE BÉNS I SERVEIS

En percentatge



las empresas (publicidad, despachos jurídicos, ingenierías...). No es extraño, pues, que “los servicios a las empresas pesen más en el total de las exportaciones españolas que sectores industriales tradicionalmente exportadores como el de los componentes de automoción (4,5 %), textil y confección (2,6 %) y se vayan acercando a la cuota de los sectores industriales líderes en la exportación, como la química (8,5 %) y los automóviles (7,9 %)”.

Claro está que para reforzar esta tendencia en el futuro es imprescindible crear unas bases sólidas que permitan a las empresas crecer en condiciones y competir en los mercados internacionales. Y eso pasa por mejorar ámbitos tan importantes como la educación.

De hecho, el informe señala que “el primer objetivo de la sociedad catalana, representada por sus estamentos políti-

Hay que captar a profesionales con una gran formación técnica en un país que apuesta claramente por las nuevas tecnologías, por la innovación y que quiere mejores infraestructuras

cos, ha de ser el de mejorar radicalmente nuestra sistema educativo”.

Pero no sólo eso, también hay que ser capaces de generar, potenciar, atraer y retener el talento. Es decir, no sólo hay que dar la bienvenida a los inmigrantes de baja calificación laboral que acaban trabajando en sectores de poco valor añadido. Hay que realizar asimismo un esfuerzo por captar a profesionales con una gran formación técnica y ofrecerles la oportunidad de desarrollar sus carreras profesionales en un país que apuesta claramente por las nuevas tecnologías, por la innovación y que con la mejora de las infraestructuras (ver página 14), la eliminación de las regulaciones administrativas ineficientes y “la potenciación de los instrumentos que faciliten las estrategias de crecimiento empresarial”, hace una apuesta clara por desarrollar sectores económicos de alto valor añadido.

una ralentización anunciada

De un tiempo a esta parte, desde el verano concretamente, la situación económica se ha deteriorado fruto del estallido de la crisis de las hipotecas *subprime*. Lo cierto es que la incertidumbre nacida a la sombra de la canícula veraniega no se ha disipado, aunque tampoco tiene que acabar necesariamente en una crisis económica.

Ésta es, al menos, la opinión del catedrático de Economía de la Universitat Ramon Llull y profesor de ESADE, Francesc Xavier Mena, que en una conferencia organizada por la Cámara de Manresa hace unas semanas señalaba como el escenario más probable para este 2008 “una cierta desaceleración pero no una crisis”.

Lo que son las cosas, tal y como recordaba el profesor Mena al inicio de su intervención, en plena globalización económica los ciclos económicos siguen existiendo, como se demostró con el estallido de las “punto.com”, que se debió a que aquella etapa se caracterizó “por mucho *know-how* y poco *cash-flow*”. Pero los ciclos hoy en día se suceden con una rapidez que cogen a muchos con el pie cambiado.

Además, la creciente interrelación económica, política y social provoca que acontecimientos como los atentados del 11-S acaben por generar problemas que poco o nada tienen que ver con los terroristas yihadistas. Es indudable que aquellos desgraciados hechos provocaron una incertidumbre que se intentó sortear con una brusca bajada de tipos: en EEUU, del 6,5 al 1 %, pasando en la UE del 6,75 al 2 %.

Lo que iba a ser una época de vacas flacas, de miedos crecientes, de congelación del comercio mundial y de crecientes dificultades geopolíticas acabó desembocando, en sólo 3 ejercicios, en el mayor índice de crecimiento de la economía mundial.

El estímulo del dinero barato puso las bases para lo que iba a ser en algunos países, básicamente del mundo desarrollado, el inicio de una burbuja económica centrada básicamente en el sector inmobiliario. “El problema es que accedieron al crédito familias con un más que dudoso historial crediticio”, señaló Mena. Eran créditos que durante los 2 primeros años gozaban de unas condiciones muy ventajosas, pero con una letra pequeña que podía provocar lo que ahora está sucediendo: que tras una moratoria inicial, el pago de intereses se convirtiera en una amenaza para muchas economías familiares. Y si a eso le añadimos que el panorama económico en esos 2 años cambió sensiblemente fruto del encarecimiento del dinero, nos encontramos con un cóctel de difícil digestión.

Lecciones para no olvidar

Mena apuntó algo que todo el mundo sabe pero que todo el mundo olvida: “Toda burbuja cuenta con una aguja y cuando ésta encuentra el globo, todo el mundo aprende lecciones antiguas”. Entonces el “ya te lo dije”, el “era lógico” aparecen en todos los análisis económicos, pero para muchos ya es demasiado tarde. El profesor dio un dato que dejó helada la sala: en 2008 se calcula que en EEUU, si no hay ninguna operación de rescate especial, 2 millones de estadounidenses pueden perder su casa fruto de los embargos.

Ahora bien, eso no es todo, el problema

es que el estallido de la burbuja ha dejado por el camino muchos más cadáveres. Tantos, que el sistema crediticio ha estado a punto de colapsarse desde este verano.

¿La razón? Mena apuntó una: que la Reserva Federal estadounidense (lo que equivaldría en la zona euro al BCE) reaccionó tarde a la hora de subir los tipos y los primeros aumentos los realizó cuando la inflación subyacente daba señales del recalentamiento de la economía norteamericana. Ello obligó a la Fed a realizar 17 subidas escalonadas pero consecutivas.

Ese encarecimiento coincidió con una ralentización del mercado inmobiliario. Los precios de las viviendas no subían como la espuma, lo que dificultaba a las familias estadounidenses renegociar sus hipotecas. Es más, el precio empezó a caer, con lo que los últimos en sumarse a la fiesta veían que sus deudas eran mayores que el valor de sus recién adquiridas propiedades.

¿Cómo se hubiera evitado el problema? Evidentemente, con una concatenación de hechos que nunca se produjeron. Empezando por un mayor control a la hora de conceder los créditos. Si las 52.000 entidades no financieras que hicieron negocio con las hipotecas *subprime* hubieran sido más cautas, *a priori* nada de esto hubiera sucedido. Claro está que las culpas están igualmente repartidas. Si la crisis de Enron puso en la picota a las auditoras; en este caso, las empresas que han puesto en jaque al sis-

el problema del euro

Ya comentábamos en el último número del *Noticiari* las vicisitudes que está sufriendo la moneda europea por culpa de la debilidad del billete verde. Mena no ve muchas alternativas a esta situación. Entre otras cuestiones porque es difícil revertirla tal y como está el mundo hoy en día.

Lo ideal sería que otras monedas soportaran parte de esa caída, pero la pregunta es clara: cuáles. Tal y como está Japón es improbable que el yen pueda jugar esa carta. Las miradas, llegado el caso, se trasladan a China. Todo el mundo pide a las autoridades de Pekín que revalorice el remimbi. Pero no es fácil que eso suceda a corto plazo. Esa revalorización será paulatina, ya que un cambio brusco podría comprometer el modelo de crecimiento actual que se basa aún en las exportaciones. Y eso, las autoridades chinas no lo desean..., pero tampoco las estadounidenses, pues son, en parte, esos superávit comerciales los que están cubriendo el déficit norteamericano.

tema han sido las de *rating*, aquellas encargadas de certificar la rentabilidad y el riesgo de las inversiones de los productos financieros que se colocan en el mercado.

¿Y qué productos eran en este caso? Las propias cédulas hipotecarias debidamente titulizadas; esto es, reconvertidas en productos financieros de una alta rentabilidad que se colocó sin problemas en los mercados internacionales. Y fueron compradas por otros bancos, fondos de pensiones, *hedge funds* o empresas que querían darle vida a parte de la tesorería acumulada en sus arcas. El problema se presenta cuando empieza a aflorar la dura realidad: que lo que han comprado no vale lo que aparentaba. En algunos casos no ha quedado más remedio que aprovisionar fondos por las pérdidas ocasionadas. Y así llega-

mos al verano pasado, cuando los bancos empiezan a desconfiar unos de otros. Hasta que no afloren todas las pérdidas, la desconfianza no desaparecerá, y si bien, tal y como recordó Mena, los bancos españoles, así como las cajas de ahorros, no se han visto involucrados, también están sufriendo las consecuencias con la restricción del mercado interbancario, aquel en el que las entidades españolas recurrían para cubrir la alta demanda de crédito habida en España en los últimos años.

Dicha restricción ha provocado un alza del Euribor, que es el índice al que están indexadas la mayoría de las hipotecas, con lo que la renta disponible de las familias va a ser menor. Y eso comportará menor consumo y una ralentización del crecimiento económico.

Ahora bien, no todas las noticias son

malas. En el caso español hay una sensible diferencia en relación con la crisis del 92. Y es que ahora hay 8 millones de personas más en el mercado laboral, con lo que las familias cuentan con más recursos económicos para hacer frente a las vacas flacas. De hecho, en opinión de Mena, “la familia española es la más solvente del mundo”, pues la mayoría de éstas han visto como sus patrimonios se han revalorizado mucho en estos últimos años. El problema, a entender del profesor, es para una parte del 10 % de la población que se ha endeudado recientemente o para el 10 % restante que no tiene posibilidad de acceder al mercado de propiedad.

Desde el punto de vista macroeconómico, hay otras 2 sensibles diferencias: la primera, antaño el Estado tenía un déficit anual que rondaba el 7 %, mientras que ahora tiene superávit; la segunda, la morosidad con los bancos llegó a rondar ese mismo porcentaje y ahora está situada en el 0,5 %.

Aun así, existen puntos débiles en la economía española a los que habría que intentar poner remedio desde ya: por un lado, el creciente déficit exterior, que puede verse reducido si las exportaciones mantienen una buena marcha y la ralentización de la demanda interna frena las importaciones; por el otro, el diferencial de inflación con los países de nuestro entorno, que ha vuelto a dispararse y que puede empeorar el panorama competitivo de las empresas catalanas y españolas en el corto y medio plazo.

Pelayo Corella



SUSCRÍBASE GRATUITAMENTE

El *Noticiari* en digital

El *Noticiari* de *Comerç Exterior* inicia una nueva andadura y pasará a ser una revista digital. Los interesados en recibir los *newsletters* pueden suscribirse enviando un mensaje por correo electrónico a la dirección: nce@mediaeuropa.net

De conformidad con lo que dispone la LO 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal, puede en todo momento ejercer los derechos de modificación y cancelación de datos.

infraestructures per a una catalunya cohesionada i competitiva

El passat 19 de desembre, en un acte històric celebrat a la Llotja de Mar de Barcelona, els 13 presidents de les cambres catalanes van demanar unitàriament la construcció de les infraestructures cabdals per mantenir la competitivitat i la cohesió del país.



A la part inferior, d'esquerra a dreta, els presidents de les Cambres de Valls, Lleida, Tàrrrega, Barcelona, Manresa i Sant Feliu de Guíxols, Marcel·lí Morera, Joan Simó, Sílvia Falip, Miquel Valls, Manel Rosell i Joan Puig; i a la part superior, també d'esquerra a dreta, els presidents de Tarragona, Sabadell, Reus, Tortosa, Girona, Terrassa i Palamós, Albert Abelló, Antoni Maria Brunet, Isaac Sanromà, José Luis Mora, Domenec Espadale, Marià Galí i Xavier Ribera

Els presidents de les 13 cambres catalanes van exigir que, amb el finançament corresponent, s'articuli un pla d'actuació per als propers 7 anys que doni resposta a les necessitats presents i futures de mobilitat, tant de persones com de mercaderies. De fet, tal com va recordar Miquel Valls, president del Consell de Cambres, "per primera vegada els diners, els tenim, i s'han d'utilitzar". Aquest fet "ha de permetre posar punt final al dèficit històric en infraestructures". Per aconseguir-ho, però, "cal que ara les diverses administracions facin els deures".

El *Noticiari*, pel seu interès, reproduïx íntegrament el document elaborat pel Consell General de Cambres de Catalunya que es va fer públic el mes passat.

«Les cambres de comerç de Catalunya consideren que actualment els projectes retardats en infraestructures representen una inversió superior als 1.000 MEUR anuals per als propers 7 anys. La nova inversió prevista en la disposició adicional III ha de servir per compensar aquest dèficit.

Els presidents de les 13 cambres creuen que ara és el moment que els polítics facin la feina, però com a coneixedors de les necessitats del territori volen manifestar les seves prioritats per fer una Catalunya cohesionada i competitiva.

La proposta del Consell de Cambres de Catalunya

El Consell de Cambres de Catalunya va aprovar el passat mes d'abril el document elaborat per la Comissió d'Ordenació del Territori amb el títol *Les infraestructures bàsiques a Catalunya*, en el qual es van consensuar una sèrie d'actuacions amb una repercussió directa en el conjunt del territori català i en definitiva en el conjunt de la seva economia.

Les actuacions recollides en aquest document segueixen unes línies estratègiques molt clares:

- Establiment d'eixos viaris i ferroviaris de connexió amb Europa i la resta de la Península Ibèrica.
- Definició d'una xarxa ferroviària dedicada a les mercaderies, amb una línia de doble via i ample internacional, contínua al llarg de tot el territori català fins a la frontera francesa, i connectada amb els ports de Tarragona i Barcelona.
- Ampliació i millora de les grans infraestructures nodals, ports i aeroports, i renovació del seu marc regulador i de gestió.
- Millora general del transport públic col·lectiu, especialment a les àrees urbanes de més densitat.
- Creació d'una xarxa d'instal·lacions logístiques connectades entre si, amb ferrocarril i carretera, i amb els grans centres de transport i distribució.
- Desenvolupament i millora de la qualitat de servei d'altres xarxes i subministraments (telecomunicacions, energia i aigua).

Les propostes de les cambres

Avui, les Cambres de Comerç de Catalunya volen expressar unitàriament i públicament les demandes associades a cada demarcació. Si bé a trets generals aquestes demandes coincideixen amb les propostes dels plans d'infraestructures existents (tant en l'àmbit de Catalunya com de l'Estat), s'hi han incorporat algunes propostes noves, i també s'ha posat més èmfasi en algunes infraestructures que en la planificació vigent no es troben prou subratllades.

Cambra de Tortosa

- Desdoblament de l'eix de l'Ebre (tram de l'Eix Occidental de Catalunya, C-12).
- Ordenació de l'espai fluvial de l'Ebre per potenciar la navegabilitat.

Cambra de Sabadell

- Completar la Ronda de Sabadell integrada amb la Ronda del Vallès.
- Autovia orbital B-40.
- Túnel d'Horta viari i ferroviari.

Cambra de Terrassa

- Línia orbital ferroviària.
- Corredor d'alta velocitat al Vallès amb estació.

Cambra de Tàrrrega

- Eix Tarragona/Reus-Tàrrrega-Andorra (C-14).
- Modernització i millora de la línia ferroviària Lleida-Manresa.

Cambres de Girona, Palamós i Sant Feliu de Guíxols

- Desdoblament de la carretera N-II des de Maçanet fins a la Jonquera.
- Línia ferroviària dedicada a mercaderies fins a la frontera francesa.
- Línia d'alta velocitat a l'Aeroport de Girona-Costa Brava.
- Perllongament de l'Eix Transversal viari fins a l'Anella de les Gavarres.

Cambra de Manresa

- Connexió d'alta capacitat entre Manresa i Abrera (desdoblament C-55 i connexió a la nova autopista Viladecavalls-Abrera).
- Eix Transversal ferroviari.
- Completar l'execució de l'Eix del Llobregat fins a Bagà i condicionar-lo fins a Tolosa del Lluenguadoc.

Cambra de Reus

- Aeroport de Reus.
- Autovia T-11.

Cambra de Valls

- Eix Valls-Igualada-Manresa (C-37, C-241).
- Articulació ferroviària del Camp de Tarragona.

Cambra de Tarragona

- Eix del Mediterrani (tercer carril AP-7, nova Autovia A-7).
- Millora de les connexions ferroviàries del Camp de Tarragona.
- Connexió de la línia d'alta velocitat amb el corredor del Mediterrani.

Cambra de Lleida

- Finalització de l'Eix Pirinenc (N-260), especialment el tram Xerallo-Pont de Suert.
- Millora de la connexió viària i ferroviària de l'Aeroport de Lleida.

tarragona entrega los premios a la internacionalización



Miguel A. Torres, presidente de Bodegas Torres, fue el encargado de hacer entrega de los recientes premios a la internacionalización de la Cámara de Tarragona

Tarragona.- Estructuras, Módulos y Sistemas y la Associació d'Agències de Viatges Receptives Costa Daurada han sido las 2 empresas distinguidas con los Premis a la Internacionalització, que cada año otorga la Cámara de Tarragona.

El éxito de participación y asistencia, que superó todas las expectativas, así como la entrega de la Clau d'Or de la Cámara a Miguel A. Torres, presidente y consejero delegado de Torres SA, en reconocimiento a su dilatada trayectoria empresarial, fueron otros de los elementos destacados de una velada que finalizó con un cóctel de cortesía y una cata de vinos de la firma Torres.

Por lo que se refiere a las 2 empresas galardonadas, Estructuras, Módulos y Sistemas SA, con sede productiva en Santa Oliva, recibió el Premio de Exportación a la empresa novel. La distinción la recogió Joan Serra, su director general.

Estructuras, Módulos y Sistemas se creó hace 30 años y está especializada en proyectos y sistemas modulares: diseño,

producción e instalación de mobiliario comercial, escaparates (maniqués y complementos) y *retail marketing*. Ocupa a 200 profesionales y cuenta con una amplia representación internacional en Europa y América Latina. La empresa es proveedora oficial de la cadena de tiendas de moda Zara y ha crecido a la sombra de la expansión de esta multinacional textil fundada por Amancio Ortega.

El Premio a la Mejor Trayectoria Internacional recayó en la Associació d'Agències de Viatges Receptives Costa Daurada. Antonio Ros, su presidente, fue el encargado de recoger el galardón. Dicha asociación se constituyó en 1999 y su objetivo es representar a todas las agencias receptoras ante todos los organismos e instituciones.

No hay que olvidar que las empresas que integran esta asociación gestionan el 90 % de los visitantes que llegan a la Costa Daurada a través de operadores turísticos. La asociación representa a 36 grandes operadores turísticos europeos, 8 españoles además de 3 empresas *online*.

De su labor depende que la Costa Daurada siga siendo un destino prioritario para los operadores de viajes europeos, con lo que eso supone de promoción para las comarcas tarraconenses, ocupación, pernoctaciones y volumen de negocio de las empresas ligadas a este sector productivo.

Por su parte, Miguel A. Torres, presidente y consejero delegado de una de las compañías vinícolas más admiradas del país y con sede, además de España, en Chile, Suecia, EEUU y China, fue el encargado de entregar los Premis a la Internacionalització. Nacido en 1941, Miguel A. Torres, que cursó estudios de Ciencias Químicas y se especializó en Enología y Viticultura por la Universidad de Dijon, Borgoña, y por la Universidad de Montpellier, ingresó en el negocio familiar en 1962.

Desde entonces, Torres ha impulsado una internacionalización creciente de su empresa, lo que ha supuesto que hoy la compañía esté presente en más de 130 mercados de todo el mundo.

¿qué preocupa a los bancos españoles de la ucp 600?

La entrada en vigor de las nuevas Reglas conllevan siempre el tener que abandonar una serie de costumbres y hábitos largamente establecidos, y tener que enfrentarse a nuevas situaciones, lo que, como todo cambio, origina ciertas preocupaciones. A pesar de que las nuevas Reglas son mucho más claras, y la inclusión de los artículos 2 y 3 de definiciones e interpretaciones ayudan a situar muchas cosas en su sitio, no es menos cierto que flotan en el ambiente algunas inquietudes por ver cómo se irán desarrollando y cómo se irán interpretando las nuevas Reglas.

En concreto en España, los puntos que más inquietan, en mayor o menor grado, son los siguientes:

1. En el artículo 1 de las UCP 600 se cita que estas Reglas obligan a todas las partes salvo en lo que el crédito modifique o excluya de forma expresa. ¿A cuántas modificaciones y exclusiones deberemos enfrentarnos? Es evidente que la posibilidad de exclusión ya existía en la UCP 500, y es evidente también que estamos hablando de Reglas y que, por tanto, son modificables porque no son leyes. Pero, el título de la publicación es UNIFORM Customs and Practice, y si ya en el artículo 1 se da la posibilidad abierta de modificar estas Reglas, nuestro temor es que no perdamos la uniformidad y comience una era donde cada banco acabe teniendo sus propias reglas. Desde la comunidad bancaria internacional debemos luchar para que esto no sea así y la UCP 600 siga siendo UNIFORM.

2. En el artículo 2 se define el concepto "negociación". La Comisión ha debatido y trabajado largamente en este término, pero para muchos operadores sigue siendo confuso o incluso desconocido. ¿Incorporará y comprenderá plenamente la comunidad bancaria occidental este concepto a su *modus operandi*?

3. ¿Será suficiente la claridad con que se expresa el artículo 14, en general, para evitar estas discrepancias tan poco fundamentadas que entorpecen los pagos?, o bien, por contra ¿continuaremos encontrando rechazo de documentos por pequeñas e insignificantes cosas?

4. En este mismo artículo, en su apartado *b*, en el que se otorgan 5 días hábiles bancarios para la revisión de documentos, ¿cuántas veces nos encontraremos documentos presentados fuera de plazo, que pretenderán acogerse a estos días de gracia para la revisión?

5. ¿Sabrá la comunidad bancaria internacional gestionar

debidamente el concepto expresado en el artículo 18c de una descripción que debe corresponder?

6. En el artículo 26c, se permite que el documento de transporte pueda tener referencias a costes adicionales. ¿Se tratará de costes razonables, o por el contrario deberemos a veces financiar operaciones con costes abusivos?

7. Los párrafos *i* y *j* del artículo 28, permiten que los documentos de seguros contengan referencias a cláusulas de exclusión y franquicias. Y nuevamente nos preguntamos si se tratará de cláusulas excluyentes y franquicias razonables, o por el contrario deberemos financiar operaciones con poca cobertura.

8. El artículo 30 que hace referencia a las tolerancias, contempla tolerancias en cuanto a importe, cantidad y precios unitarios y los 3 conceptos son independientes. En una tolerancia de importe, pero que no se detalle tolerancia para cantidades y precios unitarios, ¿debe interpretarse que esta tolerancia es en la misma proporción o que simplemente no existe para los otros 2 conceptos?

9. El párrafo segundo del artículo 35 obliga a reembolsar al banco designado si éste ha certificado una presentación conforme, aun bajo pérdida o extravío de documentos. Ésta es una magnífica protección para el beneficiario que ha cumplido, pero ¿podemos considerar que queda desprotegido el ordenante que no podrá despachar sin documentos?

10. ¿Continuará la confusión entre créditos transferibles y créditos *back to back*? Desgraciadamente para muchos operadores, el crédito *back to back* se asocia a una sola figura, cuando en realidad son dos créditos distintos. Y el artículo 38g deja bien claro que no todas las modificaciones son válidas en un transferible. De ahí que se derive con mucha facilidad a un *back to back*, o mejor dicho, de uno a 2 créditos.

Puede que en otras comunidades preocupen otros temas. Las diferentes culturas hacen que, a veces, las interpretaciones sean distintas. Y eso a pesar del intenso trabajo de cientos y cientos de expertos y del voto unánime de la Comisión Bancaria a favor de las nuevas Reglas.

Larga vida a las UCP 600.

Xavier Fornt
International Advisor
Caixa Catalunya - Barcelona
Profesor de ESCI

Jesús Sanz, director general de Casa Asia

“China es un actor que ha cambiado la comunidad internacional”

Los diplomáticos son una casta especial dentro del funcionariado de cualquier país. Por sus conocimientos, sus vivencias y sus muchos viajes, la conversación nunca resulta aburrida. Y la que mantuvimos a finales de diciembre con Jesús Sanz, flamante nuevo director general de Casa Asia, no fue una excepción.

Este diplomático toma el relevo de Ion de la Riva al frente de una de las instituciones con más solera de la ciudad de Barcelona y que se ha convertido, por méritos propios, en santo y seña de la Ciudad Condal por su labor de difusión de la realidad asiática, trascendiendo la realidad barcelonesa y catalana, hasta convertirse en un referente para toda España.

Sanz hace un esfuerzo pedagógico por entender y explicar la realidad de aquel continente y, en esta entrevista, especialmente de las autoridades chinas, muy criticadas en Occidente por mirar hacia otro lado cuando se les indica que su moneda está claramente infravalorada.

En otro orden de cosas, Sanz se muestra convencido de que los pasos dados por España en aquel continente son acertados y que para poder seguir la misma línea, hay que reforzar el Servicio Exterior y situarlo conforme a lo que es España hoy: una potencia económica abierta al exterior.

¿Qué valoración le merece lo realizado hasta la fecha y qué planes tiene de futuro para Casa Asia?

Casa Asia es una institución joven, tiene 5 años, y creo que en todo este tiempo se ha hecho mucho. Mi antecesor, Ion de la Riva, que es nuestro actual embajador en Delhi, ha realizado una magnífica labor poniendo en marcha

esta institución. Se dedicó a sembrar, sembrar proyectos en distintas direcciones, en ámbitos como el económico, político, educativo, cultural..., y de todas esas iniciativas, muchas ya han germinado. De hecho, desde el punto de vista institucional, hemos crecido. Al consorcio formado inicialmente por el Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación, el Ayuntamiento de Barcelona y la Generalitat de Catalunya, se le ha unido desde finales del año pasado [la entrevista se realizó en diciembre] el Ayuntamiento de Madrid. Esto pone de manifiesto que Casa Asia nace y se desarrolla como un proyecto de Estado, con sede en Barcelona, pero que tiene vocación de todo el territorio nacional. Ahora abrimos delegación en Madrid, que es un centro especial por la propia pujanza de la capital y por ser la sede de las embajadas, que son interlocutores frecuentes nuestros, pero no quita que en un futuro miremos a otras regiones, a otras Comunidades Autónomas. De hecho, ya tenemos una fructífera y tupida red de colaboraciones y convenios con distintas entidades territoriales, ya sean Comunidades o municipios. En definitiva, el balance es bueno.

¿Podemos decir, entonces, que la apertura de la delegación madrileña no restará fuerza y energía a la labor que viene desempeñando la sede barcelonesa?

El abrir la institución de Casa Asia, formada como hemos dicho por 3 patas, y añadir una cuarta, lógicamente es un cambio y requiere un rodaje. Pero mi experiencia me permite afirmar que el cambio institucional ha sido muy suave. Todas las partes han entendido que en esta nueva situación todos ganamos y que están asentados los mecanismos estatutarios e institucionales para que la ampliación no vaya en detrimento de nadie. Se han tomado las medidas institucionales y presupuestarias para que no se produzca una disminución en la programación de la Casa por tener abierto el centro en Madrid. Todo lo contrario, lo que esperamos es que se produzca un plus de energía. No veo ninguna sombra por esa parte. Al contrario, las relaciones están siendo muy fluidas. La voluntad de Casa Asia es dar a conocer a la ciudadanía la realidad asiática y no podíamos permanecer ajenos a la demanda madrileña.

Hablemos, si le parece, desde un punto de vista empresarial. Sólo el 5 % de lo exportado por España tiene como destino Asia. ¿Qué se puede hacer, si no para revertir esa situación, al menos para mejorar en algo nuestra balanza comercial con ese continente? ¿Y qué puede aportar Casa Asia en este ámbito?

Lo que podemos hacer, y así lo estamos haciendo, es ir de la mano con la ten-



Jesús Sanz considera que no se puede en el corto plazo revertir el déficit comercial con China

dencia marcada por el Gobierno y el Estado. Yo creo que hay que ser justos con nuestra historia y con nuestra propia idiosincrasia. España ha tenido desde el año 78 unas prioridades claras, que marcaba la agenda política del momento. La primera fue Europa, la segunda Iberoamérica, la tercera el Magreb y en la cuarta confluyen dos: Asia y la ampliación de Europa al Este. Es decir, nosotros nos hemos incorporado a Asia cuando hemos podido, cuando nuestras prioridades y verdaderamente nuestra atención se ha podido dirigir hacia allí. ¿Qué ha ocurrido? Que Asia mientras tanto ha crecido muchísimo, particularmente China. Y nos hemos encontrado con un actor que ha cambiado la comunidad internacional y es un actor privilegiado del siglo XXI. Eso nos ha obligado a ponernos las pilas de forma muy rápida. Creo que eso se ha hecho. Y en los últimos años se han hecho avances importantí-

simos. El año 2005 es un hito en las relaciones entre España y China. La visita del presidente Zapatero y luego, sobre todo, la visita de Estado del presidente Hu Jintao, sienta las bases de una relación estratégica que se define por intereses comunes políticos, económicos, educativos y culturales.

Y eso, ¿en qué se ha traducido?

En el mantenimiento de un ritmo de visitas de alto nivel importantísimo e insólito. Es una cosa nueva en las relaciones entre España y un país asiático. Le pongo un ejemplo: este año [2007] los Reyes han visitado China, también los príncipes de Asturias, así como la vicepresidenta primera del Gobierno, el vicepresidente segundo, el ministro de Exteriores y prácticamente la mitad del Ejecutivo.

¿Y qué repercusiones tiene esa actividad diplomática?

Muchos dirán que las visitas son algo simbólico y se preguntarán dónde está el contenido. Pongamos 2 ejemplos. En el ámbito empresarial, que es por lo que usted me preguntaba anteriormente. La visita de hace unas semanas de los príncipes de Asturias ha tenido un fuerte componente económico. Durante la misma se cerró un acuerdo por el que España puede ya exportar carne porcina a China. Eso supone para nosotros, lo primero, el haber arreglado una situación que considerábamos injusta y que interpretábamos como un agravio comercial. En definitiva, el acuerdo nos abre las puertas a un sector en el que somos muy competitivos. Todas las gamas de jamones, embutidos... Otro ejemplo. Se cerró también otro acuerdo para la formación en España de 400 líderes formados en la escuela del Partido Comunista Chino, que es una élite en lo político y económico, lo que permitirá mantener el contacto con

personas que en 5-10 años tendrán una gran responsabilidad en diferentes ámbitos de la vida política y económica de aquel país. Eso es algo muy importante. Y como éstos, hay muchos más ejemplos.

Pero todo eso no evita algo que antes le comentaba: nuestra presencia es muy reducida. Por no hablar de la desequilibrada balanza comercial...

Es cierto que no podemos en el corto plazo revertir el déficit comercial que tenemos con China. Pero es que tampoco lo puede hacer Europa. Es que en temas comerciales, en los que Bruselas tiene competencias, la reciente cumbre China-UE, que se acaba de celebrar en Pekín, ha puesto de manifiesto una radicalización de la postura europea exigiendo y diciéndoles que hay que tomar medidas claras como la apreciación del yuan o la eliminación de barreras no arancelarias como la que teníamos nosotros con la carne de porcino. Las tomarán, pero sin prisas.

Antes decía que China se ha convertido un actor de primer orden en un mundo cambiante. ¿Qué nos depara el futuro sobre este país?

La gran transformación que se está produciendo en la economía china es muy interesante. Se ha pasado de una China que era como una gran factoría de productos baratos a otra en la que ya son capaces de poner en los mercados internacionales productos con un alto valor añadido, productos tecnológicamente competitivos. Si pensamos en el ámbito de las telecomunicaciones, de la telefonía móvil, en el ámbito de la biomedicina, de la robótica, China está realizando una enorme inversión en I+D que tiene resultados claros. Además, no hay que olvidar que tiene su propio programa espacial muy sofisticado. El segundo cambio importante es que China ha pasado de ser un país que quería recibir todo tipo de inversiones a volverse muy selectiva. Hace 20 años, China necesitaba todo el dinero para construir todo tipo de infraestructuras; ahora, China sabe perfectamente hacer aeropuertos mejor que nadie..., por eso mismo ahora lo que buscan es tecnología, entre otras cosas, para luchar contra el cambio climático... Es más, ahora China compra. Compra aquello que necesita en cualquier lugar del mundo.

¿Pero no estamos todos excesivamente deslumbrados con China? Asia es mucho más...

Déjeme que le diga 2 cosas. La primera es que cuando me refería antes al enfoque de Estado que tiene España para abordar Asia, éste se hace en un programa marco que se llama Asia-Pacífico para toda la región, lo que pasa es que ahí sí que tiene un papel preponderante China porque es que lo tiene en el mundo. Ciertamente, en política internacional existe un término que está extendiéndose que es el de Chindia, es decir, el fenómeno de China e India como la emergencia de 2 actores que han cambiado la configuración internacional. ¿Por qué? Por su peso demográfico, claro está, pero ahora también por su peso económico, que es de una gran magnitud y por eso mismo hemos de estar preparados. La globalización es eso. No sólo la que nosotros queremos:

“Se ha pasado de una China que era como una gran factoría de productos baratos a otra en la que ya son capaces de poner en los mercados internacionales productos con un alto valor añadido”

exportar al mundo nuestro *modus vivendi* y nuestra filosofía y nuestra manera de ser. Pues bien, ahora está viniendo del otro lado. Ellos tienen mucho que decir, tienen modelos distintos. Es verdad que no son lo mismo y entre ellos hay sensibles diferencias, pero ambas potencias van claramente a más.

A la hora de tratar con gigantes como China o la India, y a pesar de las dificultades existentes, ¿no debería Europa articular una única voz en todos los ámbitos, no sólo en el económico?

Por supuesto que sí. En lo comercial ya se hace, y es un éxito. De hecho, está en negociación ahora mismo un nuevo acuerdo de partenariado entre Europa y China. Y que salga adelante importa, y mucho. Especialmente en cuestiones relacionadas con los derechos humanos.

Pero claro, ahí nos topamos con nuestras propias limitaciones: Europa se encuentra en un proceso complejo. Tenemos que asumir la expansión al Este. La incorporación de estos países ha supuesto un terremoto institucional en Bruselas del que no ha sido fácil salir. Europa ha de buscar su propio punto de inflexión y Europa se ha de plantear muchas cosas. Lo que está claro es que la negociación y la interlocución con China sería más fácil si tuviéramos una sola voz. Esto está muy vinculado con la reforma de Naciones Unidas. Y una vez más se pone de manifiesto que China no es lo mismo que la India. China es un país miembro del Consejo de Seguridad, y sólo eso la define como una gran potencia con capacidad de veto en las grandes decisiones. Mientras no se resuelva o no se aborde definitivamente el Consejo de Seguridad, seguiremos en una cierta indefinición. Un Consejo en el que hay 2 países comunitarios, Francia y el Reino Unido, pero no estamos todavía con una sola voz.

Usted, como diplomático, y ya que habla de la reforma del Consejo de Seguridad, ¿qué papel cree que adoptará China frente al deseo manifiesto de la India y Japón de estar también presentes?

China es un país que está asumiendo de manera creciente sus responsabilidades internacionales. China está a favor de la reforma de Naciones Unidas y del Consejo de Seguridad, pero claro, tiene su particular punto de vista. Es muy importante el cambio de paradigma que se ha producido en el escenario internacional. Nosotros la vemos como una gran potencia nuclear, potencia económica, miembro del Consejo de Seguridad, pero China, por su parte, se define como un país en vías de desarrollo y se define a sí misma como un país del Sur, con vocación de Sur y que potencia la cooperación Sur-Sur. Ahí ellos hacen un juego de prestar su voz a ese tipo de países en temas tan importantes como los comerciales, busca una relación aventajadísima con los países de América Latina, África o el resto de Asia... Se produce una paradoja: gran potencia por un lado y también potencia del Sur. Nosotros hemos de saber movernos en esa ambivalencia de China.

Pelayo Corella

el dragón no para de CRECER

Mientras en Occidente la situación económica está marcada por un cierto escepticismo fruto de la crisis de las *subprime*, como ya hemos visto en este mismo número, en Asia la economía marcha a otra velocidad. Y China, en particular, parece como si tuviera un motor turbo.

No es para menos, pues a la espera de las estadísticas oficiales, 2007 se cerrará con un crecimiento superior al 11 %. Y 2008 no será sustancialmente diferente, según la mayoría de los análisis. El año que ahora comienza, además, ha de servir a los dirigentes chinos para mostrar al mundo, a través del escarapate olímpico, la modernidad de un país que ha quemado etapas de modernización y desarrollo como nadie.

Por eso mismo, la Cámara de Barcelona organizó como ya viene siendo habitual, en colaboración con InterChina Consulting, una sesión para analizar las perspectivas del Dragón asiático. Eduardo Morcillo, el director de la consultora en Madrid, ofreció un sintético repaso a la actualidad político-económica de este gigante que bien vale la pena detallar.

De momento se mantiene el modelo de crecimiento basado en la inversión y las exportaciones, pero las autoridades chinas están haciendo todos los esfuerzos para potenciar el consumo interno. Y algunos síntomas en ese sentido se empiezan a notar.

Morcillo señaló que China va a seguir siendo la fábrica del mundo, pero no la del bajo coste, sino la del valor añadido. Y ese modelo es el que existe en el País Vasco, Catalunya..., en definitiva en España. Con lo que la competencia china va a ser en el futuro más inmediato, mayor de la que ya de por sí existe. Lo sucedido con el textil es una muestra de las amenazas que se ciernen sobre la industria catalana o española si ésta no da un salto cualitativo e invierte

en innovación, desarrollo y otros elementos que le den un plus de calidad y la reposicionen en un mapa global cada vez más competitivo.

El representante de InterChina Consulting señaló que, hoy por hoy, existen 2 riesgos nada despreciables en la economía china además de las crecientes desigualdades regionales y sociales: por un lado, la inflación; por el otro, las burbujas en la bolsa y el sector inmobiliario.

Más cosas. Ciertamente, la economía crece mucho, pero con ella también los

El Banco Central Chino elevó el coeficiente de caja en 11 ocasiones el año pasado y 8 veces los tipos de interés para intentar controlar la inflación

costes, con lo que los márgenes siguen reduciéndose. Si antaño los costes bajaban y bajaban, ahora la situación se ha revertido. Éstos suben y ello obliga a las empresas a decidir qué estrategia seguir: la de tamaño o la de valor. “Y la de tamaño... China es muy grande”, puntualizó Morcillo.

El consultor madrileño puso el dedo en la llaga de otras cuestiones igualmente importantes. Habló de la importancia de la distribución, así como de la ges-

tión de los recursos humanos. En su opinión, si el mercado chino es importante, los directivos allí desplazados deberían informar directamente a Presidencia para agilizar la toma de decisiones.

Por último, Morcillo recordó el aumento espectacular a 10 años vista que tendrán las clases medias, que crecerán hasta los 500 millones, así como las clases más pudientes, que pasarán de 10 a 100 millones.

De las otras intervenciones, cabe señalar la que realizó Xavier Serrado, director regional de Asia de La Caixa y presidente de la Cámara Oficial de Comercio de España en China. Serrado apuntó muy gráficamente que “morir de éxito también es morir”, en relación con la voracidad de una economía que da síntomas de recalentamiento y que las Autoridades, para evitar males mayores, actuarán este año, si cabe, con mayor contundencia y tomando medidas más drásticas.

Serrado recordó a los presentes que el Banco Central Chino elevó el coeficiente de caja en 11 ocasiones el año pasado y 8 veces los tipos de interés para intentar controlar una inflación, la oficial, que dista mucho de lo que la gente ve cada día cuando va a comprar. La sensación es que las estadísticas oficiales no reflejan la realidad que se palpa en la calle.

Las Cámaras catalanas organizan un sínfin de acciones en el país asiático. Para más información, los interesados pueden consultar el PAI 2008

las economías emergentes atraparán a las avanzadas

El título reza una de las conclusiones recogidas en el *Informe Anual de l'Observatori de Mercats Exteriors* del COPCA. En las próximas 2 décadas habrá más clase media, más globalización, mayores desigualdades y la conversión de algunas economías emergentes en economías avanzadas, entre otras realidades.

Josep Hugué, *conseller* de Innovación, Universidades y Empresa, presentó en el marco de la Semana de la Internacionalización 2007 el *Informe Anual del Observatori de Mercats Exteriors* (OME) del COPCA de este año. Según señala el Informe, el futuro parece ser sinónimo de una sociedad más virtual y conectada a partir de redes en la que los países emergentes tomarán protagonismo junto con el envejecimiento de la población y una clase media que irá creciendo a pesar del persistente incre-

mento de las desigualdades. Por todo ello, y aprovechando la fortaleza del euro, el *conseller* insistió en que es un buen momento para las empresas catalanas "para implantarse en los países emergentes y así situarse en un buen posicionamiento de salida". Eso sí, previo análisis de cuáles son los sectores más indicados.

En lo que se refiere a sectores de futuro, el informe subraya que la infotecnología, la biotecnología, la nanotecnología y todas las tecnologías vinculadas a

la energía serán los principales motores de cambio de los próximos años.

La Semana de la Internacionalización, por su parte, se saldó con un récord de participación, 6.800 asistentes, un 20 % más que en la edición anterior. Los mercados que generaron más interés y un mayor número de entrevistas individuales con los responsables de los Centros de Promoción de Negocios fueron China y Estados Unidos. Se observó además un crecimiento notable del interés por el mercado europeo.

SUSCRÍBASE GRATUITAMENTE

El Noticiari en digital



El *Noticiari de Comerç Exterior* inicia una nueva andadura y pasará a ser una revista digital.

Los interesados en recibir los *newsletters* pueden suscribirse enviando un mensaje por correo electrónico a la dirección:

nce@mediaeuropa.net

De conformidad con lo que dispone la LO 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal, podrá en todo momento ejercer los derechos de modificación y cancelación de datos.

El decálogo

El *Informe Anual del OME* resume el futuro de los negocios mundiales en 10 tendencias

1. La globalización se intensifica. Las economías emergentes tendrán cada vez un papel más importante. Sus economías crecerán en el período 2008-2030 alrededor de un 4 %. Está previsto que desempeñen un papel importante en las próximas 2 décadas, tanto por las nuevas oportunidades de negocio que representan, como por su progresiva convergencia con las economías avanzadas. Las economías emergentes están "atrapando" a las economías avanzadas tanto en PIB per cápita (aunque a una velocidad moderada pero constante), como en productividad, calidad de las exportaciones, talento, consumo energético, nivel de conocimiento, pautas de consumo, salarios y costes.

2. Convergen info, bio y nanotecnología, principalmente en energía. La convergencia de la infotecnología, la biotecnología y la nanotecnología, especialmente las vinculadas a la energía, será uno de los principales motores de cambio de las próximas 2 décadas. Los expertos prevén un incremento del 60 % de la demanda energética hasta 2030; por tanto, las empresas que sepan gestionar estas tecnologías tendrán en el futuro una ventaja competitiva.

3. Envejecimiento global, limitando superpoblación y urbanización creciente en el mundo en desarrollo. En el ámbito social, se producirá un envejecimiento global de la población (no sólo en los países avanzados, sino también en algunos emergentes, como China). En 2050, la población de los países avanzados se reducirá en un millón de habitantes cada año y sólo 9 países concentrarán el 50 % del crecimiento demográfico. Este nuevo escenario conllevará mayor demanda en ciencias de la vida y negocio en sectores como salud, ocio, alimentación, medio ambiente y nuevos servicios para la ciudad.

4. Prosperidad creciente y aumento de las desigualdades, cambios en las pautas de demanda, irrupción de las economías emergentes. Emerge una nueva "clase media" a nivel mundial en 2030, se triplicará la franja de población de los países en desarrollo que gana entre 12.000 y 48.000 euros anuales. Este fenómeno generará nuevas necesidades para ser cubiertas, una polarización del consumo, democratización del lujo o sociedad low cost.

5. Individualización en una sociedad en red y más conectada. La individualización se refleja en el cambio de las normas sociales colectivas que se orientan a valores individuales. Los nuevos consumidores esperan, cada vez más, productos individuales y únicos, adaptados a sus necesidades particulares. Los productos para masas no expresan nada personal sobre el

consumidor. Las nuevas generaciones de consumidores no serán pasivos y la reciente evolución hacia el Internet social (o web 2.0) le ha dado voz para expresar sus ideas a través de *blogs*, fotos, *podcast*, etc.

6. Innovación social en auge. Aparecerá la necesidad de focalizar el proceso de innovación en el cliente y de abrir el proceso de innovación a diferentes *partners*, universidades, clientes, proveedores, socios estratégicos. Las empresas cada vez tendrán más una base de clientes globales.

7. Crece la organización del trabajo, producción e innovación en redes. Un hecho que provocará que los países opten por la especialización vertical, es decir, en una parte de la cadena de valor en lugar de hacer el producto completo. Las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) contribuirán a "fijar" esta estructura en red. Crecimiento exponencial del Internet social.

8. Globalización del conocimiento: del *working power* al *brain power*. El aprendizaje se informaliza y la creatividad se organiza. La división gradual de la economía global entre países en desarrollo y países ricos desaparecerá gradualmente. La creatividad y el aprendizaje se extienden como factores de competitividad los próximos años, y la economía asiática será la primera y más importante. El talento en el mundo en desarrollo se sitúa en la India (30 %), China (11 %) y Rusia (10 %). Mejorarán las calificaciones principalmente en los países emergentes: China, junto con la India y Rusia generarán 14 millones de universitarios, tantos como Estados Unidos. A su vez, se sistematizará la creatividad y aumentará el reconocimiento de las competencias informales.

9. Comercialización creciente: del comercio de bienes al de actividades. Se dará una comercialización creciente, más selección, más presión competitiva, y mercados para nuevos productos y servicios. Los países se especializarán en tareas, segmentos y actividades de la cadena de valor.

10. Inmaterialización del modelo de negocio. La creatividad y la innovación son las herramientas con las que los países avanzados han de competir con los emergentes. Hay una tendencia hacia la inmaterialización del modelo de negocio (el peso de los activos intangibles pasa de un 30 % del total al 70 % del total del valor de la empresa, en algunos sectores). La tendencia es que el valor se concentre cada vez más en los extremos de la cadena de valor (por un lado, la innovación y el diseño, y por el otro el marketing y la distribución).

Promoción

Misiones y puentes empresariales

| | | | |
|--------------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|---------------------------------------------------|
| Egipto y Libia | Del 23 al 29 de febrero | Cámaras de Manresa y Barcelona | jferrer@cambrescat.es mcerda@mail.cambrabcn.es |
| EEUU (California y Texas) | Del 24 febrero al 1 de marzo | Cámara de Sabadell | bmelgar@cambrasabadell.org |
| Perú, Ecuador y Colombia | Del 30 de marzo al 10 de abril | Cámara de Terrassa | cexterior@cambraterrassa.es |
| Marruecos | Del 30 de marzo al 4 de abril | Cámara de Manresa | jferrer@cambrescat.es |
| Puerto Rico, Panamá y República Dominicana | Primera semana de abril | Cámara Tarragona | rbarros@cambratgn.org |
| Italia | Del 7 al 11 de abril | Cámara de Sabadell | mespinos@cambrasabadell.org |
| Puente Tecnológico e Innovación a EEUU | Del 14 al 18 de abril | Cámara de Barcelona | mamaros@mail.cambrabcn.es |
| Australia y Nueva Zelanda | Del 12 al 24 de abril | Cámara de Terrassa | nbaucells@cambraterrassa.es |
| México | Del 12 al 19 de abril | Cámara de Tortosa | pbellaubi@cambrescat.es |
| Rep. Checa, Hungría y Polonia | Del 12 al 22 de mayo | Cámara de Terrassa | cexterior@cambraterrassa.es |

Encuentros empresariales

| | | | |
|-------------------------------------------------------|---------------------|---------------------|-----------------------------|
| Fórum de expertos en mercados del África subsahariana | 27 y 28 de febrero | Cámara de Barcelona | mroure@mail.cambrabcn.es |
| La India | Del 1 al 8 de marzo | Cámara de Sabadell | vvicente@cambrasabadell.org |

Formación

Cursos y seminarios

| | | | |
|--------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|--------------------|------------------------------------------|
| Claves para la inversión en Polonia. Presente y futuro del sector inmobiliario | 29 de enero | Cámara de Sabadell | promociointernacional@cambrasabadell.org |
| Gestión administrativa del comercio internacional | Del 22 de enero al 10 de abril | Cámara de Sabadell | mafernandez@cambrasabadell.org |
| Curso de <i>management</i> internacional (70 horas) | A partir de marzo | Cámara de Valls | exteriorvalls@cambrescat.es |
| Jornada-taller de iniciación y consolidación de la exportación | Primera quincena de marzo | Cámara de Valls | exteriorvalls@cambrescat.es |
| Inglés de negocios | A partir de enero | Cámara de Terrassa | lcarmona@cambraterrassa.es |
| Gestión administrativa en el comercio internacional | Del 14 de enero al 19 de marzo | Cámara de Terrassa | lcarmona@cambraterrassa.es |
| Fiscalidad en el comercio extracomunitario | Del 22 al 31 de enero | Cámara de Terrassa | lcarmona@cambraterrassa.es |
| Soluciones de financiación de exportaciones | 5 y 7 de febrero | Cámara de Terrassa | lcarmona@cambraterrassa.es |

SUSCRÍBASE GRATUITAMENTE

El Noticiari en digital

El *Noticiari de Comerç Exterior* inicia una nueva andadura y pasará a ser una revista digital. Los interesados en recibir los *newsletters* pueden suscribirse enviando un mensaje por correo electrónico a la dirección:

nce@mediaeuropa.net

De conformidad con lo que dispone la LO 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal, puede en todo momento ejercer los derechos de modificación y cancelación de datos.

Una web de moda

www.barcelonaesmoda.com

Los Premis Barcelona és Moda son sólo una parte de un proyecto que va más allá de un galardón. Y como muestra, esta web de la Cámara de Barcelona dedicada a un sector tan importante para el tejido empresarial catalán. En la misma se puede encontrar todo tipo de información, desde las grandes cifras hasta las iniciativas empresariales más sorprendentes.



Todo sobre China

www.iberchina.org

Para los interesados en la evolución del Gran Dragón, he aquí una web que aporta mucha información al respecto. Desde entrevistas, pasando por las últimas novedades editoriales o los enlaces para acceder a los informes de los organismos internacionales que se refieren a China.

Monográfico sobre Argentina

www.politicaexterior.com

La publicación *Política Exterior* tiene una hermana especializada en temas económicos: *Economía Exterior*. Pues bien, el último número es un monográfico dedicado a Argentina. Este país sudamericano se ha recuperado con fuerza después de la crisis del *corralito*. Saber qué está ocurriendo ahora no está de más, pues son muchas las empresas de nuestro país con intereses allí.



Puede suscribirse al boletín personalizado de la Agenda de la Internacionalització de Catalunya en <http://agenda.copca.com> y recibirá, periódicamente en su correo electrónico, el calendario de los actos relacionados con el comercio exterior de su interés.

mango y natura bissé reciben el premi barcelona és moda



Los galardonados de esta segunda edición junto a las autoridades

La Cámara de Barcelona creó en su día, en colaboración con el Ayuntamiento de la Ciudad Condal, el Premi Barcelona és Moda para potenciar un sector que pasaba por sus horas más bajas después de los muchos cambios que ha sufrido tras la desaparición de la Pasarela Gaudí. Y la moda es, con todo lo que significa –diseño, industria, comercialización y venta–, un sector de los más dinámicos e importantes de la industria catalana. Es además una ventana para dotar al país de una imagen de modernidad que Catalunya no puede desaprovechar. Son, pues, razones más que suficientes para premiar a las empresas que, por su trayectoria, liderazgo y buen hacer, han desarrollado una intensa labor en el ámbito que les ocupa.

En la última edición, la segunda, el premio a la empresa con dimensión y expansión internacional recayó en Mango. El primer establecimiento abrió sus puertas en el paseo de Gracia de Barcelona en 1984. Desde entonces, su trayectoria ha sido fulgurante y hasta la fecha se ha implantado en 89 países a través de más de 1.000 tiendas, propias o franquiciadas. Con una facturación que alcanzó los 1.257 MEUR en 2006, el 76 % de esta cifra responde a su actividad en los mercados internacionales. Entre sus proyectos más inmediatos está seguir un plan de expansión que le ha de llevar a abrir más de 3.000 puntos de

venta y a consolidar un nuevo proyecto: la moda masculina. Por si eso fuera poco, acaba de crear un premio denominado El Botón, que busca premiar la labor de los diseñadores emergentes.

Por su parte, el premio a la iniciativa empresarial recayó en Natura Bissé. Esta empresa líder en el sector de la cosmética destaca especialmente por su capacidad de innovación. Gracias a Diamond Cream, un producto que la empresa reconoce como la “joya de la corona”, Natura Bissé se ha convertido en una de las marcas favoritas de muchas estrellas de Hollywood. Este producto de tratamiento global contra el envejecimiento, nació en el año 2000 y rápidamente se convirtió en el preferido de las clientas más selectas del Reino Unido, Oriente Próximo y EEUU. En febrero pasado, tras su éxito entre las estrellas del firmamento cinematográfico, o precisamente para aprovechar ese impulso, inauguró el denominado Diamond Oscar Spa. Un centro de belleza situado en el corazón de Beverly Hills que busca reforzar la imagen de marca de la firma Natura Bissé.

Por último, señalar que los otros 2 premios recayeron en Míriam Ponsa en el apartado de empresa emergente, siendo en el apartado de profesional del sector de la moda para el gallego José Castro.

precios dinámicos

Cambia la sensibilidad general de los clientes ante los precios. Y esto ocurre por 2 grandes causas. La primera, la presencia de nuevos canales, sobre todo los tecnológicos. La segunda, la incorporación de algunas nuevas estrategias de precios desarrolladas por las compañías aéreas de *low cost* aéreo, desde hace unos pocos años, que dan énfasis a los precios bajos.

Los precios no responden ya a una foto fija del producto/servicio y de su valor, sobre todo en lo que atañe a los difícilmente estocables y perecederos. Por eso, la fijación de los precios debe realizarse teniendo en cuenta, por una parte, el valor otorgado (que responde al que se obtiene de

realizar adecuadamente la estructura de costes), pero por otra, teniendo también cada vez más presente que éstos dibujen un recorrido dinámico según la demanda y según la competencia.

Por tanto, la relación entre precio y valor debe seguir manteniéndose a toda costa, pero se generaliza entre las empresas una actitud de manejar los precios desde una perspectiva dinámica, incentivando el consumo en los períodos valle con precios más reducidos.

Josep-Francesc Valls

Edición:



Difusión controlada por:



Consejo de redacción:

Jordi Baqué, Pilar Bellaubí, Jaume Bercial, Narcís Bosch, Palmira Cabañero, Josep María Cervera, Ramon Clivillé, Jaume Ferrer, Jordi Quejido, Laura Rodríguez, Sònia Sas, Josep-Francesc Valls

Director

Josep-Francesc Valls

Redactor jefe

Pelayo Corella

Redacción y producción

Vanessa Pérez, Sira Abenoza, Hortensia Fernández,

Colaboradores

Pere Puig, Maribel Tejada, Maria Targa, Judit Permanyer

Fotografía e ilustración

Paco García y Daniel H. Agostini

Supervisión lingüística

Francesc X. Navarro

Realiza, información y suscripciones

Media Europa, SL.
Tel. 93 284 89 11 / Fax 93 284 81 92
informatiu@cambrescat.es

Diseño e impresión

Gráficas 94, SL

Publicidad

Gecap, S.L. Noemí Benito.
Tel. 93 459 33 30

Depósito Legal

2277-1972

Noticieri de Comerç Exterior no comparte necesariamente la opinión de los colaboradores.

www.cambrescat.es

Cambrà de Comerç de Barcelona

Av. Diagonal, 452 - 454
08006 Barcelona
Tel: 902 448 448
Fax: 934 169 400
C/e: ecolvinent@mail.cambrabcn.es
www.cambrabcn.es

Cambrà de Comerç de Girona

Av. Jaume I, 46
17001 Girona
Tel: 972 418 500
Fax: 972 418 501
C/e: comercexterior@cambragirona.org
www.cambragirona.cat

Cambrà de Comerç de Lleida

Anselm Clavé Nº 2
25007 Lleida
Tel: 973 236 161
Fax: 973 247 467
C/e: jquejido@cambrescat.es
www.cambralleida.com

Cambrà de Comerç de Manresa

Muralla del Carmen 17-23
08241 Manresa
Tel: 938 724 222
Fax: 938 727 766
C/e: jferrer@cambrescat.es
www.cambramanresa.com

Cambrà de Comerç de Palamós

Plaça de la Murada, 1
17230 Palamós
Tel: 972 314 077
Fax: 972 318 810
C/e: palamos@cambrescat.es
www.cambrescat.es/palamos

Cambrà de Comerç de Reus

Boule, 2
43201 Reus
Tel: 977 338 016
Fax: 977 315 810
C/e: exteriorcomercareus@cambrescat.es
www.cambrareus.org

Cambrà de Comerç de Sabadell

Av. Francesc Macià, 35
08206 Sabadell
Tel: 937 451 255
Fax: 937 451 256
C/e: general@cambrasabadell.org
www.cambrasabadell.org

Cambrà de Comerç de Sant Feliu de Guíxols

Passeig de Mar, 40
17220 Sant Feliu de Guíxols
Tel: 972 320 884
Fax: 970 325 450
C/e: stfeliu@cambrescat.es
www.cambrescat.es/stfeliu

Cambrà de Comerç de Tarragona

Av. Pau Casals, 17
43003 Tarragona
Tel: 977 219 676
Fax: 977 240 900
C/e: rbarros@cambrescat.es
www.cambratgn.com

Cambrà de Comerç de Tàrrrega

Plaça Major, 4
25300 Tàrrrega
Tel: 973 314 327
Fax: 973 314 355
C/e: tarrega@cambrescat.es
www.cambratarrega.com

Cambrà de Comerç de Terrassa

Blasco de Garay, 29-49
08224 Terrassa
Tel: 937 339 833
Fax: 937 891 165
C/e: terrassa@cambrescat.es
www.cambraterrassa.es

Cambrà de Comerç de Tortosa

Cervantes, 7
43500 Tortosa
Tel: 977 441 537
Fax: 977 444 370
C/e: pbellaubi@cambrescat.es
www.cambratortosa.com

Cambrà de Comerç de Valls

Jacint Verdaguer, 1
43800 Valls
Tel: 977 600 909
Fax: 977 606 456
C/e: valls@cambrescat.es
www.cambravalls.com

BARCELONA

GIRONA LLEIDA

MANRESA PALAMÓS

REUS SABADELL SANT

FELIU DE GUÍXOLS

TARRAGONA TÀRREGA TERRASSA

TORTOSA VALLS BARCELONA GIRONA

LLEIDA MANRESA

PALAMÓS REUS SABADELL SANT FELIU DE GUÍXOLS TARRAGONA TÀRREGA

TERRASSA TORTOSA VALLS BARCELONA LLEIDA SABADELL MANRESA

PALAMÓS REUS SABADELL SANT FELIU DE GUÍXOLS **GIRONA TÀRREGA**

TERRASSA TORTOSA VALLS BARCELONA GIRONA LLEIDA MANRESA **PALAMÓS**

REUS SABADELL TARRAGONA VALLS TERRASSA **SANT FELIU DE GUÍXOLS**

TORTOSA BARCELONA **TÀRREGA** GIRONA LLEIDA MANRESA PALAMÓS REUS

SABADELL SANT FELIU DE GUÍXOLS TARRAGONA TÀRREGA TERRASSA

TORTOSA **LLEIDA** VALLS BARCELONA **MANRESA** GIRONA PALAMÓS REUS

SABADELL SANT FELIU DE GUÍXOLS TÀRREGA **SABADELL** TERRASSA

TORTOSA VALLS BARCELONA GIRONA LLEIDA TARRAGONA MANRESA

PALAMÓS REUS SANT FELIU DE GUÍXOLS **TERRASSA TÀRREGA**

TARRAGONA TORTOSA VALLS GIRONA LLEIDA MANRESA **BARCELONA**

PALAMÓS REUS SABADELL SANT FELIU DE GUÍXOLS

TARRAGONA TÀRREGA TERRASSA TORTOSA LLEIDA

BARCELONA GIRONA MANRESA **VALLS** PALAMÓS REUS

SABADELL TARRAGONA **REUS** TÀRREGA TERRASSA

SANT FELIU DE GUÍXOLS TORTOSA **TARRAGONA**

BARCELONA GIRONA LLEIDA

MANRESA PALAMÓS REUS

SABADELL SANT FELIU

DE GUÍXOLS VALLS

LLEIDA TÀRREGA

TORTOSA REUS

TARRAGONA

TERRASSA

VALLS



Consell General de Cambres
de Catalunya