

MISIÓN COMERCIAL INVERSA DEL SECTOR AGROALIMENTARIO



La Cámara de Comercio de Cáceres y Fomento de Mercados organizan durante la primera semana de mayo una misión comercial inversa de compradores ale-

manes. Esta misión comercial incidirá con la Feria del Queso de Trujillo y se destina a potenciales importadores, distribuidores, tiendas de catering, cadenas de delica-

tessen, etcétera, del sector de derivados lácteos, que serán los que visiten a productores extremeños con vistas a distribuirlos y venderlos en el mercado alemán.

El día 1 de mayo se visitará la feria del queso y se realizarán contactos directos con empresas del sector.

El mercado alemán es el de mayor dimensión de toda Europa, muy competitivo y segmentado, con fuerte poder adquisitivo. Por estos motivos resulta muy atractivo aunque en algunos sectores se encuentre saturado.

MISIÓN COMERCIAL A RUSIA

Fomento de Mercado y la Cámara de Comercio de Cáceres organizan la participación de una misión comercial a Moscú (Rusia), que tendrá lugar entre los días 7 y 12 de junio de 2003.

Las empresas interesadas en esta acción deberán preinscribirse antes del día 9 de abril de 2003 completando los datos solicitados en la ficha de inscripción en su integridad.

La inscripción incluye avión ida y vuelta y hotel en régimen de alojamiento y desayuno en Mocú, así como el visado de entrada al país objeto de esta misión comercial, agendas de trabajo personales e individualizadas por empresa, un intérprete a disposición del empresario durante todas las jornadas de trabajo y un coche más chófer a disposición del empresario durante todas las jornadas de trabajo.

PRÓXIMAS ACCIONES DE LA CÁMARA

1. Seminario de producto ecológico en EE.UU. que se celebrará en la Delegación de la Cámara de Comercio en Plasencia el próximo día 8 de abril.
2. Misión comercial inversa de Alemania para el sector agroalimentario. 1ª semana del mes de mayo
3. Jornada informativa sobre el mercado francés que se celebrará en la sede de la Cámara de Comercio de Cáceres el próximo día 12 de mayo.
4. Misión Comercial a Rusia para el sector agroalimentario en la primera quincena del mes junio
5. Visita a la feria de Anuga'03 que tendrá lugar en el mes de octubre en Colonia (Alemania).

También en Bocoex

LAS CÁMARAS ASISTIRÁN A LAS EMPRESAS DE EUROPA DEL ESTE

Las Cámaras de Comercio han puesto en marcha el programa CAPE III.

2



DIRECTORIO DE IMPORTADORES Y EXPORTADORES

Las empresas que den su consentimiento pueden aparecer en un directorio que facilitará el contacto de potenciales clientes.

3

LA PATENTE COMUNITARIA REDUCE COSTES A LAS EMPRESAS

El acuerdo alcanzado por la UE para crear una patente comunitaria desbloquea una situación estancada y abre la puerta a la creación de una única patente.

8

LAS CÁMARAS ASISTIRÁN A LAS EMPRESAS DE EUROPA DEL ESTE A ADAPTARSE A LA UE

MÁS DE LAS MITAD DE LAS EMPRESAS DE LOS PAÍSES CANDIDATOS NO HAN INICIADO AÚN SU ADAPTACIÓN A LA LEGISLACIÓN COMUNITARIA



Las Cámaras de Comercio han puesto en marcha el programa CAPE III, que ofrecerá asesoramiento a empresas y Cámaras de los países candidatos a entrar en la Unión Europea para adaptarse a la legislación y normativa de la UE. El programa se desarrolla conjuntamente con Eurocámaras, la asociación que engloba 1200 Cámaras de Europa.

CAPE III cuenta con un presupuesto de 1,5 millones de euros y se desarrollará hasta julio de 2004, en estrecha colaboración con las Cámaras de Comercio de 10 de los países candidatos. El proceso de ampliación y la asistencia directa a las empresas de los países candidatos es una prioridad durante los próximos dos años para toda la red cameral europea.

Encuesta sobre el grado de adaptación empresarial.

El programa cuenta con tres acciones principales para ayudar a las empresas. En primer lugar, se realizará una encuesta anual entre compañías de los países candidatos para conocer su grado de adaptación a la UE. La encuesta tendrá carácter anual y los resultados se publicarán en mayo de 2003 y 2004, es decir, la primera se conocerá un año antes de la ampliación y la segunda en el mismo momento en que ésta se produzca.

Preparativos

Según los resultados de la encuesta en 2001, cerca de la mitad de las empresas de los países candidatos a entrar en la UE todavía no han iniciado los preparativos de cara al cumplimiento de los principios, ordenamientos y legislación que rigen el funciona-

miento de la UE. Las empresas de menor tamaño, así como aquellas que operan principalmente a escala nacional, están menos preparadas que las de mayores dimensiones y que las que cuentan con importantes volúmenes de negocio procedentes de exportaciones

Auditorías

En segundo lugar, el programa CAPE III ofrecerá a las empresas de los países candidatos la posibilidad de recibir una auditoría externa sobre su nivel de adaptación a la legislación comunitaria. Los expertos que realicen el trabajo pondrán especial énfasis en desarrollar una metodología para que las empresas se adapten a la legislación. Igualmente, trabajarán para que las Cámaras de esos países puedan utilizar y ofrecer esa metodología a sus miembros en pocos meses.

LAS CÁMARAS CREAN UN COMITÉ DE COOPERACIÓN EMPRESARIAL CON CROACIA

Las Cámaras de Comercio han constituido en Zagreb el Comité de Cooperación Hispano-Croata. La petición de adhesión a la Unión Europea, solicitada formalmente por el país balcánico el pasado día 21 de febrero, ha acelerado la decisión de cerrar el acuerdo de constitución con la Cámara Económica de Croacia. El nuevo Comité se une a los cinco que mantienen las Cámaras en esta área geográfica con Bulgaria, República Checa, Polonia, Hungría y Yugoslavia. La reconstrucción de las infraestructuras como autopistas, aeropuertos y puertos, devastadas durante el conflicto bélico, el sector turístico y el proceso de privati-

zaciones que ha iniciado el Gobierno croata son, según las Cámaras de Comercio, las principales oportunidades de negocio que se abren a las empresas españolas en este mercado. Asimismo, su futura adhesión a la UE, que podría materializarse en 2007 con Rumanía y Bulgaria, acentúa la necesidad de aumentar la presencia española en el país. Las inversiones españolas en Croacia son escasas y se reducen a dos grupos hoteleros, entre ellos, Sol Meliá que gestiona dieciocho hoteles en el país. En cuanto a las relaciones comerciales, en 2002 las exportaciones españolas han registrado un aumento del 36% respecto



al año anterior, alcanzado los 159 millones de euros. Entre los capítulos exportadores, destacan los automóviles, seguidos de pescados, calderas y maquinaria y productos cerámicos. En cuanto a las importaciones ascendieron en 2002 a 34 millones de euros. En la actualidad, Croacia se ocupa el lugar 60º en el ranking de socios comerciales de españoles.

DIRECTORIO DE EXPORTADORES E IMPORTADORES: CÓMO DARSE DE ALTA

LAS EMPRESAS QUE DEN SU CONSENTIMIENTO PUEDEN APARECER EN UN DIRECTORIO QUE FACILITARÁ EL CONTACTO DE POTENCIALES CLIENTES

¿Qué deben hacer las empresas para darse de alta en el Directorio?

Es imprescindible que la empresa de su autorización para aparecer en el Directorio. Esto puede hacerse de dos formas diferentes:

a.) Enviando por correo a la Agencia Tributaria, el formato de autorización que se encuentra en: www.camaras.org, la dirección se indica en el mismo formato de autorización. Se debe incluir en ella, la etiqueta de identificación fiscal, y la firma de la persona que autoriza.

b.) Proporcionando la autorización en formato electrónico, mediante la página: <https://aeat.es/> en el apartado: "Aduanas e I. Especiales" (para esto, la empresa debe contar con un certificado digital de la clase 2A de la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre).

En ambos casos la empresa autoriza que se publique en el Directorio, la información disponible en las bases de datos de la AEAT correspondiente a:

- Nombre de la empresa
- Dirección (Nombre de la vía, código postal y provincia)
- Productos con los que comercia
- Países con los que opera
- Tramo de Operaciones

¿Quién puede darse de alta en el Directorio?

Toda empresa que declare operaciones de comercio

exterior en el Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales puede, sin ningún coste asociado para la misma, y en cualquier momento, darse de alta (o baja) en este servicio.

Una vez que la empresa aparece en el Directorio, ¿Cómo se pueden completar los datos de la Ficha de Empresa?

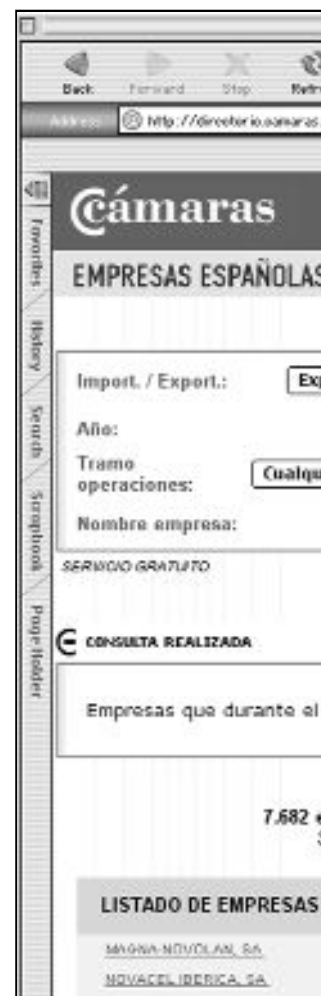
Los datos de la empresa que podrán ser modificados por cada Cámara son los siguientes:

- Teléfono
- Fax
- Persona de contacto
- Página Web

- Correo electrónico
- Marcas registradas
- Otros datos.

No obstante, los datos correspondientes a: nombre de la empresa, dirección, países con los que opera, productos que comercia y tramo de operaciones, no podrán ser modificados por las Cámaras pues constituyen información suministrada por la Agencia Tributaria y cualquier anomalía en estos campos deberá ser tratada directamente con ésta entidad.

El Directorio permite a un distribuidor, agente o importador, en cualquier del lugar del mundo y de forma gratuita, conocer si España exporta o importa un determinado producto y qué empresa lo realiza



Más de 25.000 consultas en sólo 8 días

El Directorio de Empresas Exportadoras e Importadoras ha registrado más de 25.000 consultas en su primera semana de funcionamiento. La media de entradas diarias se ha situado en 3139, de las que el 81% corresponden a búsquedas de empresas exportadoras y el 19% restante a importadoras. En cuanto a los países-destino, las empresas españolas que exportan o importan a Estados Unidos, China, Alemania e Irak han sido las más solicitadas.

El Directorio de Empresas Exportadoras, que ha sido elaborado conjuntamente por las Cámaras de Comercio y la Agencia Tributaria, permite a un distribuidor, agente o importador, en cualquier del lugar del mundo y de forma gratuita, conocer si España exporta o importa un determinado producto y qué empresa lo realiza. Ofrece datos de la empresa, e en qué periodo de

tiempo ha exportado o importado un producto específico y en qué países ha colocado su mercancía. Disponible en Internet en www.camaras.org y www.agenciatributaria.es, el objetivo del directorio es difundir y promocionar a las empresas fuera de las fronteras españolas e incrementar su grado de competitividad.

El martes, 25 de febrero, día en el que los medios de comunicación recogían la puesta en marcha de esta nueva herramienta, ha sido el que registró un mayor número de visitas, en concreto 5.288. En segunda posición, con 4789, se sitúa el jueves 27 de febrero, seguido del miércoles 26 con 4326 entradas. Durante el fin de semana, el número de consultas ha bajado considerablemente, aunque 658 internautas utilizaron el producto entre el sábado y domingo.

EL 59% DE LAS EMPRESAS DE LOS PAÍSES CANDIDATOS ESPERA AUMENTAR CIFRA DE NEGOCIO EN 2003

Las empresas de los países candidatos a la Unión Europea esperan que en 2003 se inicie una recuperación tras la desaceleración registrada en 2002. Las ventas, tanto externas como internas, muestran una mejoría con respecto al pasado año. De hecho, el 59% de las empresas esperan aumentar su cifra de negocio en los próximos doce meses, y sólo un 11% espera reducirla. Estas son algunas de las conclusiones del informe "Perspectivas Empresariales en los Países Candidatos y España para 2003", elaborado por las Cámaras de Comercio europeas a partir de una encuesta realizada a 100.000 empresas de todo el continente.

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 14% 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 afirman que su cifra de negocio se incrementará este año.

En este apartado, el aumento será mayor en países como Rumanía, Eslovenia y Eslovaquia, en los que la cifra de negocio se sitúa muy por encima de la media. Rumanía, con un 87% de sus empresas seguras de que su negocio incrementará, se sitúa muy por delante del resto de países. Eslovenia alcanza el 77% y Eslovaquia el 74%. Estos tres países alcanzan una media superior a la española. En el otro lado de la balanza se sitúan Malta y Hungría, países que repiten los últimos puestos prácticamente en todas las variables analizadas, situándose incluso por debajo de la media de la Unión Europea.

Se triplican resultados

En lo que a ventas interiores se refiere, las empresas de los países candidatos reflejan un avance muy importante, triplicando los resultados con-

Las previsiones de las empresas de Europa del Este son más optimistas que las del conjunto de la Unión Europea

seguidos 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%.

Invertir en el Este

Las elevadas perspectivas de crecimiento y desarrollo económico en los países candida-



tos continúan impulsando la inversión. Según los datos de las Cámaras de Comercio, los ritmos de acumulación de capital se sitúan muy por encima de la media de la UE. Los importantes retornos esperados en los nuevos proyectos de inversión animan a las empresas a invertir especialmente en Rumanía, Bulgaria y Eslovaquia. En Hungría y Malta la inversión es, en consonancia, con su menor crecimiento, más moderada.

Algo parecido ocurre con las expectativas de creación de empleo, variable en la que las empresas de los países candidatos se sitúan también por encima de la media de la Unión Europea. Las perspectivas más favorables se encuentran en Eslovaquia y Bulgaria, en los que las previsiones de fuertes ritmos de inversión y crecimiento permitirán a los empresarios aumentar sus plantillas.



España, más optimista

Si se comparan los datos que arrojan la encuesta con los de las perspectivas españolas, se observa que las empresas de nuestro país tienen unas expectativas más positivas para 2003 que la media de los países candidatos.

"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 Carmona, director del Servicio de Estudios del Consejo de Cámaras. Las perspectivas de un importante desarrollo en los países candidatos y su menor capitalización permitirán a la mayor parte de las empresas aumentar sus proyectos de inversión en 2003.

LA PATENTE COMUNITARIA SIMPLIFICA EL REGISTRO Y REDUCE COSTES A LAS EMPRESAS

EL COSTE MEDIO DE LA PATENTE, SIN EMBARGO, SIGUE SIENDO ELEVADO PARA LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS



El acuerdo alcanzado por la UE para crear una patente comunitaria desbloquea una situación estancada y abre la puerta a la creación de una única patente, necesidad largamente reclamada por las empresas. La nueva patente

simplificará el proceso y reducirá costes en comparación con el proceso actual. El acuerdo incluye gran parte de las reivindicaciones realizadas por las Cámaras a través del Foro de Innovación y Patentes que preside la Oficina Española de Patentes y Marcas

Alto coste para las PYMES

Las Cámaras consideran positiva la reducción del coste medio de una patente desde los 50.000 euros actuales a 25.000. Si bien es una cantidad superior al que se paga en países como Japón o Estados Unidos, la nueva patente cubre más países (27 Estados) y más habitantes (450 millones de europeos). Sin embargo, el precio sigue

siendo elevado para las pequeñas y medianas empresas españolas. Las Cámaras consideran que los costes actuales seguirán dificultando la innovación y la investigación en las pymes y solicitan a los legisladores que redacten leyes teniendo en cuenta a la realidad de la gran mayoría de las empresas, que en un 95 por ciento son pequeñas y medianas.

Uso del castellano

El acuerdo es positivo porque supera el problema de la utilización exclusiva del Francés, Alemán e Inglés en la Oficina de Patentes de Munich, lo que suponía un encarecimiento del proceso para los empresarios españoles, ya que debían asumir el coste de las tra-

ducciones.

A partir de 2005, cualquier empresario español podrá buscar información sobre patentes o solicitarlas en castellano, sin coste, en la Oficina Española de Patentes y Marcas, quien se encargará de tramitarla hacia la Oficina Comunitaria. Las distintas oficinas de los países miembros traducirán a su idioma el apartado "reivindicaciones" de todas las patentes que se registren en Munich. Las "reivindicaciones" son un apartado, de apenas tres folios, que resume las especificaciones técnicas esenciales de cualquier invento. Con esto, los empresarios tendrán acceso en español a todos los registros de Patentes Comunitarias.

EXTREMADURA PRESENTA SU OFERTA TURÍSTICA EN LAS FERIAS DE BERLÍN Y PARÍS

La Consejería de Obras Públicas y Turismo participó en la Bolsa Internacional de Turismo, que tuvo lugar en Berlín del 7 al 11 de marzo, y en el Día de España en París y el Salón Mundial de Turismo, donde presentó su oferta turística anual. Extremadura participó en Berlín con un espacio propio dentro del stand de Turismo España, siendo el objetivo primordial de la Dirección General de Turismo la promoción turística de Extremadura en uno de los principales mercados europeos, pues es importante el número de turistas alemanes que visitan nuestra región.

Este año se ha promocionado especialmente la Ruta Vía de la Plata, ya que en el stand de España existe un espacio con-

creto dedicado a ella, donde se distribuirá el material promocional específico editado por la Dirección General de Turismo sobre la ruta a su paso por Extremadura.

Esta feria ha sido una buena oportunidad para establecer nuevos contactos con profesionales del sector turístico y dar a conocer la oferta turística de nuestra Comunidad Autónoma.



Día de España en París y Salón Mundial del Turismo

A través de la Dirección General de Turismo, Extremadura estuvo también presente en la capital francesa en dos importantes eventos relacionados con el sector turístico, como son el Día de España en París y el Salón Mundial de Turismo.

El día 11 de marzo se celebró el Día de España, una jornada de comercialización organizada en colaboración con la Oficina Española de Turismo en París, que tiene como objetivo establecer contactos directos con los touroperadores y agentes de viajes de Francia para dar a conocer las últimas novedades que la región puede ofrecer.

El Salón Mundial del Turismo tuvo lugar del 6 al 9 de marzo, una feria especializada en la que se promocionaron los recursos turísticos de Extremadura tanto a los profesionales y la prensa, como al público en general.



USOS Y COSTUMBRES

ESTONIA: ESPÍRITU DE SUPERACIÓN

Estonia es el país báltico situado más al norte, muy próximo a Finlandia con quien mantiene una especial relación y comunicación. Los estonios constituyen una sociedad tolerante.

Aun cuando Estonia vivió bajo la dominación soviética durante años, siempre miraron al oeste sintiéndose muy europeos en todo momento. Cultos, reservados y con un fuerte orgullo patrio, se están esforzando para incorporarse, en el sentido más amplio, a la Europa comunitaria.

La planificación es una característica muy generalizada entre los estonios, por lo que es conveniente organizar bien la agenda de viaje y concertar las reuniones con suficiente margen de tiempo. El idioma oficial del país es el estonio, pero por razones históricas y de cercanía, el ruso y el finlandés son lenguas que también se utilizan regularmente. El inglés es el idioma que más se emplea en el ámbito de los negocios. Valoran el tiempo y se espera del visitante que

respete los horarios que se hayan acordado, pero tampoco puede decirse que se sean obsesivos con el tema de la puntualidad. La manera de saludarse es la común en el mundo occidental: estrechar la mano, tanto al presentarse como al despedirse, al tiempo que se pronuncia el nombre mirando que se pronuncia el nombre mirando a los ojos. Las presentaciones suelen ser corteses y cortas, como corresponde a una sociedad pragmática y de trato muy directo. Las tarjetas de visita se entregan a toda persona que sea presentada, con viene llevar suficiente provisión de ellas.

Al inicio de las conversaciones pueden dar la sensación que los estonios son fríos y distantes, pero a medida que el tiempo transcurre el trato se hace más afable y cordial. Escuchan atentamente y sin interrumpir, comportamiento que esperan también de sus interlocutores; suelen expresarse con cierta lentitud y procurando concretar sus crite-

rios, forma de proceder a la que no es ajena la influencia recibida durante la época de gobierno soviético.

Negociación

Los estonios no dejan traslucir sus sentimientos y raramente puede deducirse de sus gestos lo que están pensando. Conviene tener en cuenta que en estos momentos el poder adquisitivo de la población está por debajo de la media de la Unión Europea, por lo que el precio como arma de negociación tiene su importancia, sin que ello quiera decir que no presten atención al factor calidad.

Individualismo y espíritu de superación son elementos del carácter nacional. Aunque estén interesados en participar en un negocio determinado, no mostrarán ansiedad ni

apresuramiento, sino que procurarán dar muestras de naturalidad.

No debe olvidarse que los estonios siempre utilizan elementos objetivos en sus argumentaciones, sentimientos y subjetividades no influyen, por lo general, en sus razonamientos. Otro elemento a considerar para el futuro de las relaciones es que, aparte del cumplimiento de los compromisos, conceden mucha importancia al tema de los acabados, como corresponde a una sociedad que tiende al perfeccionismo.

Relaciones sociales

La cultura en general y la música en particular, son elementos muy valorados en Estonia y es muy conveniente apoyarse en ellos para establecer relaciones personales. Los almuerzos de negocios no tienen la importancia que se les otorga en otros países de la Unión Europea, pues suelen ser más flexibles y de menor duración.

En las conversaciones generales no existen temas inabordable, partiendo siempre de la base de la tolerancia y el respeto. Toman muy en consideración los asuntos relacionados con la innovación tecnológica, que casi siempre es materia de obligado comentario.

El interés por España está aumentando y la imagen de los españoles se valora positivamente. La enseñanza del español tiene cada vez más demanda.

El papel de la mujer en Estonia tiene un peso específico notable, tanto en la Administración Pública, donde ocupa cargos relevantes, como en el sector empresarial.

Conscientes de la reducida dimensión del país, los empresarios estonio se proyectan hacia el mercado exterior utilizando como armas su tenacidad y una decidida apuesta por la innovación tecnológica.

CHINA: BENEFICIOS EMPRESARIALES A LA INVERSIÓN

Los beneficios fiscales de que gozan las empresas de capital extranjero en China se mantendrán, al menos en el futuro inmediato, según el director de la Administración Estatal de Hacienda, Jin Renqing. Actualmente el Impuesto de Sociedades para las empresas nacionales es del 33%, mientras que las empresas extranjeras están gravadas sólo con el 17%. Las quejas de los

empresarios nacionales, así como los requisitos de la entrada en la OMC, hacen pensar en la necesidad de unificar estos tipos impositivos y, aunque ni siquiera existe aún un calendario establecido para el desarrollo de una nueva política fiscal, algunos expertos de la administración china sugieren la implantación de un tipo unificado del 24%.



TURQUÍA: ATRAER INVERSIONES EXTRANJERAS

El Gobierno turco ha desarrollado un plan de reformas para favorecer el clima de inversión y así lograr atraer más flujos de inversión directa extranjera (IDE) al país, cuyo correspondiente borrador ha sido ya enviado al Parlamento para su aprobación. Reforzar la actividad del sector privado dentro de la economía turca es un elemento esencial dentro del programa general de estabilización macroeconómica del Gobierno. La inversión directa extranjera juega un papel particularmente importante en este proceso, mejorando la competitividad, estimulando el crecimiento económico y la generación de rentas.



La Cámara realiza de forma gratuita una página web para los exportadores de la Provincia. Puede obtener más información en la web www.camaracaceres.es o en las oficinas de la Cámara.

POLONIA: RECEPTORA DE FONDOS ESTRUCTURALES



Con la ampliación de la Unión Europea, las diferencias de riqueza a escala regional se verán duplicadas. Las regiones más pobres de la UE ampliada será Lubelskie, Podkarpackie, Podlaskie, Warminko-Mazurskie y Swietokrzyskie, todos ellos municipios de Polonia. Para reducir las diferencias y hacer de la Unión un cuerpo uniforme, al menos el 0,45% de su ingreso nacional se deberá gastar en fondos estructurales. La mayoría de este dinero irá a los 10 nuevos miembros. La ampliación distinguirá tres categorías de países. El grupo de los más pobres estará formado por ocho países, entre los que se incluirá Polonia.

SEMINARIO “PRODUCTO ECOLOGICO EN EEUU”

SE CELEBRARÁ EN PLASENCIA LA MAÑANA DEL DÍA 8 DE ABRIL



La Cámara organiza el próximo día 8 de abril el seminario “Mercado ecológico en Estados Unidos: comercialización y certificación”. Este seminario se celebrará en horario de mañana, de 9.00 a 14.00 horas, y es de carácter gratuito si bien para asistir es necesario inscribirse previamente en la Cámara de Comercio.

Este seminario se enfoca especialmente hacia empresas del sector agroalimentario que realicen transacciones comerciales con Estados Unidos, o que se planteen comenzar a exportar sus productos a este país norteamericano. El seminario será impartido por Edward Field, Senior

Partner de COMEX Consulting. Field es miembro de la Junta Directiva del Comité de Relaciones Internacionales de la O.T.A. (Organic Trade Association) y ha sido director de Marketing y Publicidad de C&K Market, Inc. (USA), con más de 15 años de experiencia en el sector alimenticio de EEUU. Es licenciado en Empresariales por la Southern Oregon University.

Programa

A lo largo del seminario se definirá la agricultura ecológica y se repasará su historia, realizando un análisis de la producción y el consumo. También se pasará a la observación del mercado ecológico en Estados Unidos.

LA JUNTA PROMUEVE UNA MISIÓN COMERCIAL EN POLONIA Y RUSIA

Once empresas extremeñas han participado en una misión comercial en Polonia y Rusia, actuación promovida y organizada por la Consejería de Economía, Industria y Comercio. Integraron esta misión comercial técnicos cualificados de la Administración, empresarios extremeños del sector, mayoristas e importadores rusos y polacos que participaron en charlas y entrevistas y visitaron las ciudades de Cracovia y Varsovia, en Polonia; y Moscú y San Petersburgo, en Rusia. Estas actividades promovidas por la Junta permitieron a los asistentes establecer contactos comerciales.



INAUGURADO EL CURSO SUPERIOR DE COMERCIO EXTERIOR

El curso Superior “Estrategia y gestión del comercio exterior” fue inaugurado este mes. Esta actividad formativa tiene una duración de 140 horas lectivas y se prolongará hasta el día 17 de mayo. Se realiza los jueves y viernes de 17.00 h. a 22.00 horas y los sábados de 9.00 h. a 14.00 horas. Aquellos alumnos que hayan superado una asistencia al curso del 75% de las horas lectivas podrán presentarse voluntariamente a una prueba de evaluación. Los resultados de esta prueba junto con el informe de los profesores y el porcentaje de asistencia determinarán la obtención del diploma extendido conjuntamente por el Instituto Español de

Comercio Exterior (ICEX), Consejo Superior de Cámaras y la Cámara de Comercio de Cáceres. El curso es impartido por profesionales en activo con probada experiencia docente, que tienen como objetivo preparar a los alumnos en qué es y cómo se hace el Comercio Internacional. Los profesores emplearán la técnica de “participación activa”, apoyada con ejercicios prácticos, identificados con la realidad de internacionalización de Extremadura (productos, sectores, empresas, destinos) y trabajando con casos reales.

Contenidos

Sus contenidos abarcan temas como el

entorno internacional, estrategia y planificación comercial, barreras técnicas al comercio exterior, usos internacionales de los medios de pago, cobertura de riesgos comerciales, organización del transporte internacional, la aduana en el comercio exterior, elementos básicos de los contratos internacionales, tipos de contratos internacionales y sistemas de búsqueda de información. Otros temas que serán desarrollados serán el de implantación de un sistema de aseguramiento de la calidad, créditos oficiales a la exportación, tecnologías de la información y análisis y selección de medios de transporte.