

## TREINTA EMPRESAS CACEREÑAS EN EL II ENCUENTRO EMPRESARIAL DE CASTELO BRANCO

Comercio Luso Española Segundo Huarte Martín, que es administrador delegado del BBVA en Portugal, y por José Benigno Pérez Rico, que es también administrador del grupo Totta. El abogado Antonio Viñal realizó a continuación un análisis de las similitudes y diferencias entre las sociedades mercantiles españolas y portuguesas.



Unas treinta empresas cacereñas estuvieron representadas el pasado fin de semana en el II Encuentro de Empresarios de Cáceres y Castelo Branco, que se ha celebrado este fin de semana en esta ciudad portuguesa. Esta cita empresarial ha sido organizada por el Ayuntamiento de Cáceres a través de la Cámara de Comercio. Han colaborado la Cámara Luso Española y la Oficina de Negocios de fomento de Mercados de la Junta de Extremadura en Lisboa.

A través de este encuentro, al que asistieron empresarios de todos los sectores económicos, especialmente del sector de la construcción, se han realizado contactos con empresarios portugueses y

se ha analizado de cerca la realidad empresarial portuguesa, así como las posibilidades reales de realizar inversiones en el país vecino. Los empresarios asistentes también tuvieron ocasión de visitar la feria multisectorial de Castelo Branco, que se realizaba simultáneamente en las instalaciones de la Nercab, la Asociación de Empresarios de la Beira Interior.

### Conferencias y mesas redondas

La primera conferencia a la que asistieron los empresarios españoles, el sábado por la tarde, llevaba por título "Contribución al mercado transfronterizo" y fue pronunciada por los vicepresidentes de la Cámara de

La última conferencia pronunciada en la tarde del sábado llevaba por título "Portugal la Unión Europea, Portugal y España, Portugal e Extremadura", y corrió a cargo del director de la revista "País Económico", Jorge Gónçalves Alegria.

Durante la mañana del domingo se realizaron dos mesas redondas, una con empresarios del sector de la construcción y otra multisectorial, con la presencia de empresarios portugueses, en las que se realizaron cambios de impresiones y de experiencias sobre la práctica empresarial en ambos países con el fin de fomentar las relaciones empresariales entre ambos países.

## También en Bocoex

### JORNADAS INFORMATIVAS SOBRE COMERCIO EXTERIOR

Uos 40 empresarios asistieron a la Jornada Informativa sobre comercio exterior que organizaron Cámara de Comercio y la Agencia Tributaria.

2

### LAS EXPORTACIONES CONTRIBUYEN A CONSOLIDAR LA ECONOMÍA

La fortaleza del consumo privado y la recuperación de la demanda externa son los principales motores de la economía española.

3

### SEMINARIO PARA EXPORTADORES EN PLASENCIA

La delegación de la Cámara de Comercio en Plasencia acogió el seminario "Cómo preparar un producto para su lanzamiento internacional".

8

# 40 EMPRESARIOS ASISTIERON A LAS JORNADAS INFORMATIVAS SOBRE COMERCIO EXTERIOR



Uos 40 empresarios asistieron a la Jornada Informativa sobre comercio exterior que organizaron Cámara de Comercio y la Agencia Tributaria. Los servicios que la Cámara presta en materia de comercio exterior centraron el contenido de las ponencias. Cómo transportar las mercancías, qué trámites buro-

cráticos se deben cumplir para vender en un determinado país, o cuáles son los medios de pago o las coberturas de riesgo comercial, son algunas de las consultas que, la Cámara resuelve al exportador a través de Internet, según se explicó en la conferencia de ayer. Con el nombre de C@cex (Consul-

tas de Comercio Exterior) la Cámara han puesto en marcha un nuevo servicio on line gratuito para empresas sobre operativa y gestión de comercio exterior, que responde todas las dudas utilizando las ventajas y las posibilidades que ofrece Internet. El servicio es gratuito y está disponible las 24 horas de los 365 días del año. Se accede a este servicio a través de la página web [www.camaracerceres.es](http://www.camaracerceres.es).

El sistema C@cex dispone de una base de más de 2.000 preguntas y respuestas más frecuentes en Comercio Exterior clasificadas en las diez áreas que más afectan a la actividad exportadora e importadora: incoterms, transporte y logística internacional, documentación, política aduanera y fiscalidad, medios de pago, contratación internacional, cobertura de riesgos comerciales, apoyo a

la exportación, post venta o inversiones internacionales.

## Información en Internet

Por otra parte, también se comentaron las ventajas del "Servicio Cameral de Búsqueda de Información (C@BI), que ofrece a las pymes toda la información fiable disponible en Internet sobre comercio exterior. El C@BI responde al nuevo planteamiento de Cámara de Comercio virtual, que ofrece a las pymes servicios de alto valor añadido sin necesidad de acudir físicamente a la Cámara.

El servicio C@BI es un sistema atendido por especialistas, que han seleccionado las 1.000 direcciones de más interés para el exportador, tras analizar más de 3.000 páginas web. Cualquiera persona, interesada en obtener información, plantea su consulta al servicio de la Cámara por correo electrónico o fax.

## EL ALZA DEL EURO NO SE CORREGIRÁ A CORTO PLAZO

El euro continuará apreciándose durante las próximas semanas como consecuencia de los desequilibrios de la economía estado unidense y de las políticas de intervención monetaria que llevan a cabo algunos países asiáticos. El euro se ha convertido en elemento amortiguador de estos desequilibrios.

La tendencia la alza de la moneda única no se corregirá a corto plazo reduciendo los tipos de interés europeos ni con intervenciones puntuales en los mercados de divisas. Para la Cámara de Comercio es probable que se produzca

una sobre-reacción en la cotización y por lo tanto la apreciación seguirá afectando negativamente las exportaciones de la economía europea.

Sin embargo, es un buen momento para que las empresas se moderen, inviertan e internacionalicen su producción aprovechando los menores costes derivados de la actual apreciación del euro.

La economía europea, por su parte, debe seguir apostando por los procesos de apertura de mercados y de liberalización internacional. Los conflictos comerciales y las intervenciones en los merca-



dos internacionales no benefician el crecimiento mundial e introducen perturbaciones como la excesiva apreciación del euro. Este tipo de distorsiones en los precios en los mercados internacionales afecta negativamente al comercio mundial y con ello a la capacidad de crecimiento de las economías.

# CONSUMO PRIVADO Y EXPORTACIONES CONSOLIDAN EL CRECIMIENTO DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA

**AUNQUE ALEMANIA Y FRANCIA SIGUEN FRENANDO EL CRECIMIENTO EUROPEO, COMIENZAN A VISLUMBRARSE LOS PRIMEROS SÍNTOMAS DE RECUPERACIÓN**



**LA ECONOMÍA DE EEUU SE ACELERA, JAPÓN SALE DE LA RECESIÓN Y EUROPA CONTINÚA ESTANCADA, AUNQUE INICIA MEJORÍA**

La fortaleza del consumo privado y la recuperación de la demanda externa son los principales motores de la economía española. Según el Boletín de Situación Económica de las Cámaras de Comercio, el PIB en el tercer trimestre ha alcanzado una tasa de crecimiento interanual del 2,4%, una décima por encima de las estimaciones del Banco de España. En el última parte del año el crecimiento del PIB se situará en el entorno del 2,5%-2,6%, por lo que en el conjunto de 2003 la tasa de crecimiento será del 2,4%.

El mejor comportamiento de la demanda interna y la actual apreciación del euro están

teniendo un efecto directo en las importaciones, que mantienen elevados ritmos de avance. Por el lado de las ventas españolas al exterior, a pesar de la debilidad que presentan los principales socios comerciales, las exportaciones también consolidan su crecimiento.

En cuanto a los sectores, la construcción continúa debilitándose, aunque mantiene tasas elevadas de crecimiento. Los servicios consolidan la tendencia alcista, basados en la solidez del consumo de los hogares, que beneficia especialmente al comercio. Las exportaciones están favoreciendo el comportamiento de la industria y el Índice de

Producción Industrial ha presentado tasas positivas, por quinto trimestre consecutivo. Por su parte, el IPC de octubre se ha situado en el 2,6% interanual, tasa que no se registraba desde hace cuatro años. Esta evolución se mantendrá en los próximos meses, siempre que la moderación de la factura del petróleo y la de los alimentos frescos continúe. No obstante, la fortaleza de la demanda interna y la campaña de Navidad, pueden impulsar al alza los precios.

## Zona Euro

Según el informe de las Cámaras, la zona euro se recupera con mayor debilidad que otras áreas. Alemania y Francia continúan frenando el incremento de PIB, aunque se comienzan a vislumbrar los primeros síntomas de recuperación. Los últimos indicadores adelantados muestran perspectivas más positivas y la confianza está volviendo a instaurarse en consumidores y empresarios. Esta tendencia permitirá un impulso de la actividad a lo largo del 2004, muy superior al 0,5%.

Desde el punto de vista del sector exterior, a pesar de la apreciación del euro, las perspectivas son positivas, gracias a la recuperación del comercio mundial. Esto permitirá que durante el último semestre del año se registre un crecimiento positivo en el con-

junto de la zona euro, superándose el estancamiento de la primera parte de 2003.

## EEUU y Japón

Estados Unidos crece a un buen ritmo, especialmente por el impulso del gasto público. Las estimaciones apuntan, para el segundo semestre, a una continuidad de la aceleración, debido a la rebaja fiscal que seguirá apuntalando el crecimiento del consumo privado y la consolidación de las inversiones. El mercado de trabajo en EEUU, aunque ha mostrado algunos signos positivos, todavía tendrá que confirmar la tendencia de disminución del paro y mayor aumento en la creación de empleo.

Según estimaciones de las Cámaras, Japón, por primera vez desde 1996, crecerá más que Europa, crecimiento que se logrará vía sector exterior. De todas las maneras, la deflación, debilidad de la demanda interna y los problemas del sistema financiero no permitirán que el país nipón vuelva a convertirse en motor de crecimiento mundial. Asia es la región con mejores perspectivas de crecimiento, cerca del 6,5%, impulsado por la economía china.

En el área iberoamericana, la economía argentina continúa su proceso de recuperación, aunque la situación general todavía es complicada.

En Brasil, el crecimiento es más débil por las medidas económicas llevadas a cabo. En Chile las perspectivas son también de recuperación y México podrá consolidar su avance.

# FILIPINAS OFRECE A ESPAÑA INVERSIÓN EN PROYECTOS DE ENERGÍAS RENOVABLES



Las energías renovables es uno de los sectores de la economía filipina que mayores oportunidades de negocio ofrece a las empresas españolas.

Así se ha puesto de manifiesto durante el Encuentro Empresarial hispano-filipino, organizado recientemente por las Cámaras de Comercio, que ha reunido a las principales empresas

españolas interesadas en este mercado asiático con el ministro de Energía del país, Vicent Pérez.

Electrificación de zonas rurales de las Islas Filipinas, así como el desarrollo de distintos proyectos de energía solar, eólica e hidráulica, son entre otros, los principales nichos de mercado que pueden encontrar las

empresas españolas en el país. Asimismo, el ministro de Energía filipino ha destacado el desarrollo de otros proyectos en zonas rurales en los que existen oportunidades para las empresas españolas, como son alumbrado de calles y desarrollo de instalaciones militares, escuelas u hospitales, entre otras materias.

El gas, por su parte, encuentra también amplias oportunidades de negocio en Filipinas, ya que existen varios proyectos de extracción de gas en distintas zonas del país, como es el área norte de Luzón y el proyecto de extracción de gas en Payatas. Además, existen otros proyectos relacionados con las telecomunicaciones y sistemas de agua, principalmente en pequeñas islas que no tienen acceso a agua potable, en los que las autoridades filipinas han ofrecido la posibilidad de invertir.

## Aumento de la inversión española en Filipinas

Las relaciones económicas hispano-filipinas experimentaron el pasado año un gran impulso, ya que las empresas españolas invirtieron en el país asiático por valor de 205 millones de euros, lo que representa un aumento del 815% con respecto a la inversión realizada en 2001. El sector químico concentró la mayor parte de las operaciones llevadas a cabo durante 2002. En lo que respecta a las relaciones comerciales, tanto las exportaciones como las importaciones también han aumentado en los primeros seis meses de 2003. En concreto, España exportó a Filipinas productos por valor de 64,8 millones de euros, un 12% más que en el mismo periodo del año anterior, e importó por valor de 73,8 millones, un 29,3% más.

## LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS A CHINA CRECEN UN 44% EN LOS PRIMEROS OCHO MESES DEL AÑO

Las exportaciones españolas a China han aumentado un 43,8% en los primeros ocho meses de la año, respecto al mismo periodo del año anterior.

Según la base de datos de Comercio Exterior de las Cámaras, entre enero y agosto de 2003, España ha vendido a ese país por valor de 736,5 millones de euros. Esta cifra coloca a China en el puesto diecisiete del ranking de países que más productos españoles compra y se convierte en el principal cliente de España en la zona asiática.

A pesar del incremento de las ventas, España mantiene aún un alto déficit comercial con China, con un saldo negativo de más de 3.500 millones de euros. Las compras españolas al país asiático, según se desprende de los datos de las Cámaras, registraron durante el periodo analizado un total de 4241 millones de euros, con un incremento del 12,89% respecto al año anterior. China se convierte así en el séptimo proveedor del mundo para España, después de Alemania, Francia, Italia, Reino Unido Países Bajos y Estados Unidos.

Los productos españoles que más éxito tienen en el mercado chino son máquinas y aparatos mecánicos (130,8 millones de euros), seguido de automóviles (113,8 millones de euros), material para vías férreas (60,22), material eléctrico (57,6) y productos químicos orgánicos (47,3 millones de euros). Por Comunidades Autónomas, Cataluña es a gran distancia la que más productos vende al país asiático, con un total de 290,4 millones de euros, seguida de País Vasco (87,2 millones de euros), Madrid (87,11) y Comunidad Valenciana (62,2 millones de euros).

En lo que respecta a las importaciones, material eléctrico se coloca en primer lugar, con un total de 726,11 millones de euros, seguido de calderas y aparatos mecánicos (526,7 millones de euros); prendas y complementos de vestir (336,7); juguetes y juegos (278,4) y manufacturas de cuero (211,8 millones de euros).

# LAS CÁMARAS ORGANIZAN LA PARTICIPACIÓN ESPAÑOLA EN LA FERIA KUWAITÍ PARA RECONSTRUIR IRAQ



## LAS CÁMARAS SE CONVIERTEN EN LA PRIMERA INSTITUCIÓN ESPAÑOLA QUE ORGANIZA UN PABELLÓN ESPAÑOL EN UNA FERIA DEDICADA A RECONSTRUIR LA ZONA AFECTADA POR EL CONFLICTO BÉLICO

Las Cámaras de Comercio serán las encargadas de organizar el Pabellón Español de "Rebuild Iraq 2004", una feria que se celebrará entre los días 19 y 23 de enero en Kuwait. De esta manera, la red cameral se convierte en la primera institución española que organiza una acción empresarial, cuyo objetivo es reconstruir Iraq.

La feria, dedicada fundamentalmente al sector de la construcción, participan 17 países. España contará con un "Pabellón", que será financiado por las Cámaras de Comercio. Las empresas que participen en el certamen contarán con apoyos financieros, que será aprobadas por las respectivas Cámaras de Comercio.

Además del sector de la construcción, empresas de electricidad e iluminación, telecomunicaciones, tecnologías de la información, productos médicos, seguridad,

infraestructuras petrolíferas, tecnología del agua y medio ambiente, así como equipamientos de interior, podrán participar en el certamen. Las empresas interesadas deberán ponerse en contacto con la Cámara de Comercio de Ciudad Real.

La elección de Kuwait para la celebración de esta Feria se debe a su posición estratégica y al ser uno de los países que más fondos dedicará para reconstruir el país vecino. El certamen "Rebuild Iraq 2004" es una feria, organizada por Kuwait International Fair K.S.C. y Riyadh Exhibitions Co.LTD.

Las empresas participantes podrán contactar con importadores y distribuidores de la región, lo que les permitirá establecer contactos comerciales con la zona afectada por el conflicto bélico. Además, el mercado kuwaití ofrece grandes oportunidades

par a las empresas españolas, debido a que en la actualidad este país árabe se encuentra en un momento de expansión económica, de nuevos proyectos y licitaciones.

La Cámara de Comercio de Ciudad Real será la encargada de organizar el Pabellón Español. Su experiencia en la organización de certámenes monográficos sobre construcción y su larga trayectoria en coordinar misiones comerciales a países de Oriente Medio han sido los

Ciudad Real en esta zona.

### Viaje a Iraq

La participación en la "Rebuild Iraq 2004" es una actividad independiente del viaje que preparan las Cámaras de Comercio a Iraq, en diciembre, para restablecer los contactos comerciales con la zona afectada por el conflicto bélico. El viaje se realizará al norte del país, zona donde existen mayores condiciones de seguridad y estabilidad. Su objetivo es sentar las bases de la colaboración mutua entre empresas de ambos países, intensificando y fortaleciendo las relaciones comerciales con Iraq y la zona de Oriente Medio.

Además, la red cameral tiene prevista la realización de 25 acciones de promoción comercial más en la zona hasta finales de año. Líbano, Emiratos Árabes o Arabia Saudita son otros de los destinos de las misiones que las Cámaras llevarán a cabo en el área.

motivos principales de esta elección. La organización de los Pabellones Españolas en las ferias "The Big 5 de Dubai" o en la "Proyect Lebanon" de Beirut son algunos ejemplos de las actividades que ha desarrollado la Cámara de



# SE FUERON COMO EMIGRANTES, VUELVEN COMO EMPRESARIOS

## MÁS DE 200 EMIGRANTES ESPAÑOLES EN AMÉRICA REGRESAN PARA CREAR SU PROPIA EMPRESA

La Asociación Española de Jubilados y Pensionados de Argentina se encuentra alejada del centro de Buenos Aires. Allí, cientos de emigrantes españoles, que dejaron atrás su tierra hace décadas, acuden para conseguir medicinas y algo de atención básica difícil de conseguir en otro lugar. La situación en el país iberoamericano es complicada. Para todos. También para aquellos que hace años partieron de España buscando una oportunidad en el país austral. Después de toda una vida trabajando se han quedado sin nada. Y ahora, ¿dónde acudir? ¿Qué hacer?

Como los que acuden a la Asociación, hay miles de emigrantes españoles en Argentina y otros países del continente americano que se encuentran en la misma situación. La Fundación Incyde de las Cámaras de Comercio trabaja para que tanto emigrantes como sus descendientes tengan la oportunidad de vivir mejor. ¿Cómo? A través de programas de creación de empresas, que ya han empezado a dar sus frutos: 200 emigrantes españoles en América podrán regresar a España para crear su propio negocio. Para ello, cuentan con la colaboración de varias Comunidades Autónomas y Cajas de Ahorro. La Xunta de Galicia ha sido pionera en poner en marcha este tipo de programas, a través de la Fundación Incyde.

### Nuevos puestos de trabajo

Los programas de creación de empresas que se han llevado a cabo desde el año 2002 en América han permitido la puesta en marcha, hasta el



## LOS PROGRAMAS DE CREACIÓN DE EMPRESAS HAN PERMITIDO LA PUESTA EN MARCHA DE 56 NUEVOS NEGOCIOS

momento, de 56 nuevos negocios, que, a su vez, han generado más de 80 puestos de trabajo.

En cuanto a los proyectos que tienen previsto desarrollar los emprendedores una vez regresen a España, el 34%

pertenece al sector servicios, y el 28% a turismo y transportes. Otros sectores en los que se desarrollarán la actividad de los futuros empresarios serán comercio, en un 16% de los casos, industria, en un 14% y construcción, en un

7%, entre otros.

El perfil medio del emprendedor asistente a los programas se concreta en un hombre (en un 61% de los casos) y con buena formación académica (el 35% tienen estudios superiores universitarios y el 24% cuentan con una diplomatura). El 33% de los participantes tiene una edad comprendida entre 31 y 40 años, frente a los mayores de 50 años, que abarcan el 20% de los emprendedores, y los menores de 30 años, que supone el 21% de los alumnos.

Según Javier Collado, subdirector de la Fundación Incyde, "México, y Venezuela son nuestros próximos objetivos de la Fundación Incyde, donde la emigración española es también muy importante". Para Nicolás Henríquez, director de la Fundación Incyde, "durante los dos últimos años el regreso de gallegos a España se ha incrementado notablemente, debido a la delicada situación por la que atraviesa Iberoamérica y, especialmente los países del cono-sur. Por su especial circunstancia, los retornados encuentran dificultades en su reinserción socio-laboral. Nuestro objetivo es facilitarles su regreso y darles los instrumentos necesarios para crear su empresa".

### Uruguay

Los emigrantes españoles en Uruguay también podrán acceder, en los próximos meses, a los programas de la Fundación Incyde. El número de españoles residentes en este país supera actualmente los 70.000.



### Emigrantes retornados

Mediante una asesoría individualizada, los participantes adquieren los conocimientos necesarios sobre finanzas, aspectos jurídicos, fiscales y laborales, marketing y comunicación, comercio exterior, gestión de calidad, aplicaciones informáticas y simulación de gestión para desarrollar su proyecto empresarial. Además, un consultor especializado asesora y apoya a cada uno de los emprendedores hasta la consolidación de su negocio.

“Los participantes en el programa se diferencian de los de más cursos que impartimos en que éstos son doblemente emprendedores, ya que han iniciado dos aventuras: cuando emigraron a otro país en busca de nuevas oportunidades y ahora, en España, al crear su propia empresa”, afirma Nicolás Henríquez.

### Otra oportunidad

Cristina Souto y su marido nacieron en Argentina, pero, según sus propias palabras, siempre han querido asentarse en la tierra que vio nacer a sus padres, Galicia. Ellos solo tuvieron la oportunidad de visitar España hace más de quince años, pero incluso a sus hijos han inculcado el

deseo de volver a sus raíces. Hoy, tienen un proyecto empresarial de soluciones informáticas que quieren poner en marcha en A Coruña a principios del próximo año. Las herramientas para desarrollar su negocio las han obtenido a través de la Fundación Incyde, al igual que Silvia Martínez, quien ha encontrado una salida empresarial a su especialidad: la vidriería artística, una actividad que desarrolla desde hace años y que, a través de la formación adquirida con la Fundación Incyde, podrá rentabilizar en España.

Las Cámaras crearon la Fundación Incyde para que cualquier emprendedor, aunque no tenga medios, lleve a cabo su proyecto de empresa. Con una metodología única en España, cuenta con una red de 100 asesores que están en contacto directo y permanente con el futuro empresario. Este apoyo y asesoramiento continúa hasta dos años después de la puesta en marcha de la empresa, época en la que el 60% de las empresas cierra, en lo que se denomina “mortalidad infantil”. El objetivo es crear en cuatro años un total de 6.000 nuevas empresas, con un presupuesto de 108 millones de euros.



## PERFIL DE LOS EMPRENDEDORES

- El 61% de los nuevos empresarios son hombres, frente al 39% de mujeres
- El 35% tiene estudios superiores universitarios y el 24% cuenta con una diplomatura
- El 33% de los participantes tiene una edad comprendida entre 31 y 40 años, el 20% son mayores de 50, y el 21% menores de 30

## QUÉ TIPO DE NEGOCIO PONEN EN MARCHA

- El 34% pertenece al sector servicios
- Transportes y turismo ocupan el 28% de las nuevas empresas
- El 16% son comerciantes
- Industria en un 14% de los casos
- Un 7% crea negocios relacionados con la construcción

## IBEROAMÉRICA TOCA FONDO Y LAS EMPRESAS VEN CON OPTIMISMO 2004

Iberoamérica ha tocado fondo. Tras un final de año 2003, marcado por una tímida recuperación, las empresas del continente afrontan con optimismo 2004, especialmente en cifra de negocio y exportaciones. Esta es una de las principales conclusiones del informe: “Perspectivas Empresariales en Iberoamérica para a 2004”, elaborado por las Cámaras de Comercio a partir de una encuesta a más de 4.200 empresas de 14 países iberoamericanos.

Brasil, Argentina y Colombia son los que presentan mejores expectativas para el

próximo año. El otro lado de la moneda la constituyen las empresas de México y República Dominicana. Venezuela, a gran distancia del resto de países, se sitúa a la cola y presenta los peores resultados.

### Exportaciones: motor económico

El sector exterior será el motor del crecimiento económico. Las devaluaciones de las monedas locales están permitiendo a los países iberoamericanos vender sus productos en el exterior a buenos precios. Además, el alza de precio de las materias primas, que se ha iniciado durante los últimos meses de 2003, con-

tribuirá a la recuperación regional. Esto lo demuestra el hecho de que el 71% de las empresas encuestadas espera aumentar sus ventas al exterior, frente al 2% que espera una reducción.

Las perspectivas en cifra de negocio para 2004 presentan avances considerables respecto a 2003. El 74% de las empresas de toda región esperan un crecimiento, frente al 3% que esperan una reducción de sus ventas. El mayor avance se da en Brasil y Argentina. Venezuela, nuevamente, y República Dominicana se sitúan a muchos puntos de distancia de la media.

# LA DELEGACIÓN DE LA CÁMARA EN PLASENCIA ACOGIÓ UN SEMINARIO PARA EXPORTADORES

SE REALIZÓ CON LA COLABORACIÓN DEL INSTITUTO ESPAÑOL DE COMERCIO EXTERIOR



La delegación de la Cámara de Comercio en Plasencia acogió, con la presencia de unos treinta empresarios, el seminario "Cómo preparar un producto para su lanzamiento internacional". Este seminario se realizó con la colaboración del ICEX (Instituto Español de Comercio Exterior). Entre los objetivos

de este seminario figuraban dar las claves para el lanzamiento internacional de un "producto", aportar técnicas de supervivencia en las condiciones más duras de competencia, aprender a defender la cuota de mercado interno y a ganar la en el exterior y dar a conocer los principios estratégicos fundamentales para

una gestión competitiva.

Este seminario fue inaugurado por Amparo Campa, directora general de Comercio y Delegada del ICEX en Extremadura, y por José Jarones Santos, presidente de la Cámara. Después se desarrollaron las ponencias "La situación hoy - Las claves del lanzamiento internacional" y "Metodología para dos casos concretos". El seminario, que se clausuró con una charla coloquio, fue impartido por Raúl Peralba, presidente de Positioning Systems.

## Ofrecer el producto

Cuando se habla de "producto" se habla de un elemento físico más un soporte de servicios imprescindible para que los clientes potenciales se sientan seguros. El producto necesita una "base" sobre la que apoyarse y cuando intenta participar en un entorno internacional ésta es

la clave del éxito.

El proceso parte siempre de la existencia de un "producto", que debe cumplir con unas especificaciones técnicas mínimas determinadas. Luego hay que ofrecerlo con habilidad para diferenciarlo de la multitud de competidores de todo el mundo que intentan apropiarse de cuotas de mercado en todo el mundo. Hoy la competencia está presente en cualquier parte y la sufren todas las empresas. La gestión empresarial ha entrado en una nueva era en la que la globalidad y el cambio son las referencias. Una era en la que la calidad, la productividad y el nivel tecnológico son necesarios, pero ya no son suficientes. La guerra por mantener y conquistar cuotas de participación es cada vez más dura. Pero antes hay que elegir con cuidado los mercados con mayor potencial de éxito, y definir la estrategia más adecuada para cada uno.

