



andreu claret,

DIRECTOR DEL INSTITUT
EUROPEU DE LA MEDITERRÀNIA

«El principal reto que tenemos
con el mundo árabe
es conocernos mejor»

especial turquía,
la vía islamista

sumario



Consell General de Cambres
de Catalunya

www.cambrescat.es

Cambra de Comerç de Barcelona
Av. Diagonal, 452 - 454
08006 Barcelona
Tel: 902 448 448
Fax: 934 169 400
E-mail:
ecollivent@mail.cambrabcn.es
www.cambrabcn.es

Cambra de Comerç de Girona
Av. Jaume I, 46
17001 Girona
Tel: 972 418 500
Fax: 972 418 501
E-mail: ccgpe@cambrescat.es
www.cambragi

Cambra de Comerç de Lleida
Anselm Clavé Nº 2
25007 Lleida
Tel: 973 236 161
Fax: 973 247 467
E-mail: jpanades@cambrescat.es
www.cambralleida.com

Cambra de Comerç de Manresa
Plaça Pedregar, 1
08240 Manresa
Tel: 938 724 222
Fax: 938 727 766
E-mail: jferrer@cambrescat.es
www.cambramanresa.com

Cambra de Comerç de Palamós
Plaça de la Murada, 1
17230 Palamós
Tel: 972 314 077
Fax: 972 318 810
E-mail: palamos@cambrescat.es
www.cambrescat.es/palamos

Cambra de Comerç de Reus
Boule, 2
43201 Reus
Tel: 977 338 080
Fax: 977 338 016
E-mail: smasip@cambrescat.es
www.cambrescat.es/reus

Cambra de Comerç de Sabadell
Alfonso XIII, 45
08202 Sabadell
Tel: 937 451 255
Fax: 937 451 256
E-mail: general@cambrasabadell.org
www.cambrasabadell.org

Cambra de Comerç de Sant Feliu de Guíxols
Passeig de Mar, 40
17220 Sant Feliu de Guíxols
Tel: 972 320 884
Fax: 970 325 450
E-mail: stfeliu@cambrescat.es
www.cambrescat.es/stfeliu

Cambra de Comerç de Tarragona
Av. Pau Casals, 17
43003 Tarragona
Tel: 977 219 676
Fax: 977 240 900
E-mail: rbaros@cambrescat.es
www.cambratgn.es

Cambra de Comerç de Tàrraga
Plaça Major, 4
25300 Tàrraga
Tel: 973 314 327
Fax: 973 314 355
E-mail: tarrega@cambrescat.es
www.cambratarrega.com

Cambra de Comerç de Terrassa
Blasco de Garay, 29-49
08224 Terrassa
Tel: 937 339 833
Fax: 937 891 165
E-mail: terrassa@cambrescat.es
www.cambraterrassa.es

Cambra de Comerç de Tortosa
Cervantes, 7
43500 Tortosa
Tel: 977 441 537
Fax: 977 444 370
E-mail: pbellaubi@cambrescat.es
www.cambratortosa.com

Cambra de Comerç de Valls
Jacint Verdaguer, 1
43800 Valls
Tel: 977 600 909
Fax: 977 606 456
E-mail: valls@cambrescat.es
www.cambrescat.es/valls

06 Andreu Claret,
director del Institut Europeu
de la Mediterrània:
"El principal reto que tenemos con
el mundo árabe es conocernos mejor"

10 Turquía, la vía islamista



13 España desde la otra orilla

16 El cambio del modelo económico catalán

23 Oportunidades comerciales

24 Licitaciones internacionales

¿es posible en américa latina una nueva agenda de crecimiento liderada por brasil?



Pere Puig i Bastard
profesor-catedrático de ESADE/URL

América Latina en su conjunto ha experimentado en los años 2001-2002 una de las peores caídas económicas de su historia reciente. Se ha producido de nuevo, según la CEPAL, "una media década perdida". La producción por habitante en lugar de crecer ha decrecido más de un 1,5 % respecto del nivel alcanzado en 1997. La mitad de los países de la región sufrieron una muy fuerte contracción del PIB por habitante en los cinco años transcurridos entre 1997 y 2002. El desempleo registrado llegó a ascender al 9 %, el más alto de estos últimos años, mientras que la población situada en los niveles de pobreza aumentó en unos 20 millones de personas.

En la segunda mitad del año 2002, no obstante, la producción industrial se ha recuperado sensiblemente. Las primeras estimaciones referentes al PIB real nos advierten de que se ha empezado a producir una tasa de crecimiento positiva, si bien aún bastante moderada, que se apoya en una recuperación de la demanda de exportaciones de productos primarios.

La evolución de la economía real a lo largo del año 2002 ha experimentado variaciones bastante diversas según los países que consideremos de esa área. La caída de la producción, en gran medida a causa de la grave crisis Argentina, se ha dejado sentir sobre todo en las economías de su entorno más inmediato, que son Uruguay y Paraguay.

En el caso de Brasil el nuevo Gobierno presidido por Lula da Silva se ha comprometido visiblemente en el mantenimiento de una política de sostenimiento de la estabilidad macroeco-

América Latina en su conjunto ha experimentado en los años 2001-2002 una de las peores caídas económicas de su historia reciente

nómica. Dicho objetivo que el Gobierno ha asumido seriamente y que el propio presidente defiende como el prerrequisito indispensable para llevar a cabo la aplicación de la denominada "agenda social", parece haber contribuido a reducir el grado de incertidumbre en los mercados financieros. El diferencial o *spread* de tipos de interés de los bonos emitidos por el Gobierno de Brasil ha declinado significativamente, a la vez que el valor de las acciones ha aumentado. La financiación exterior de la deuda pública brasileña se enfrenta, no obstante, según el Banco Mundial, con dificul-

tades persistentes, que en gran parte son derivadas del elevado volumen del endeudamiento exigido, así como de la volatilidad persistente frente a eventuales riesgos de depreciación o de variación de los tipos de interés. La elevada vulnerabilidad persistente pone de relieve la importancia de la capacidad que el nuevo Gobierno pueda tener para llevar adelante su programa económico de ajuste fiscal y de reducción a medio plazo del volumen de endeudamiento público en términos de PIB, junto con la reforma impositiva y del sistema de pensiones.

La recuperación que en principio está prevista para el año 2003 se ha estado gestando, en ciertos países del área de América Latina más que en otros, durante una parte del 2002. El crecimiento se aceleró progresivamente a lo largo de

La recuperación que se está produciendo, por ahora es notablemente anémica, como indicaba hace poco *The Economist* y difícilmente podrá acallar los profundos sentimientos de insatisfacción existentes

la segunda mitad del año pasado, particularmente en Brasil y en los países del Cono Sur. Las perspectivas de recuperación están condicionadas, como en años anteriores, a un conjunto de factores internos y externos. Un elemento de obvia importancia, va a seguir siendo la incertidumbre que aún hoy subsiste en relación con los efectos del conflicto bélico de Irak y la fase de reconstrucción posterior. Tomada en su conjunto, la región de América Latina podría crecer por lo menos al 2 % en el año 2003 y un 3,5 % en el año 2004, de acuerdo con las previsiones del Banco Mundial. Incluso Argentina, después de 4 años de una severa crisis, parecería poder ser partícipe de un cierto nuevo crecimiento.

El hecho es que el pánico, primero, y el pesimismo generalizado, más tarde, vigentes hasta hace poco menos de un año, hoy parecen haber desaparecido. Lo que no ha desaparecido, en cambio, ha sido el debate en torno a las razones de por qué las cosas acabaron tan mal en América Latina. La recuperación que se está produciendo, por ahora es notablemente anémica, como indicaba hace poco *The Economist* y difícilmente podrá acallar los profundos sentimientos de insatisfacción existentes. En la búsqueda de las razones de los graves fracasos vividos, algunos gobernantes parecen dejarse tentar por la respuesta radical. Las respuestas válidas no se van a encontrar en la supuesta perversión de las reformas "de signo neoliberal" emprendidas en los noventa, sino en la forma en que aquéllas fueron aplicadas. A estos efectos, la trayectoria seguida por el Gobierno Lula en Brasil parece poder infundirnos, aún hoy y a todos, cierta esperanza.

Edición:



Consell General de Cambres
de Catalunya

Solicitado el control OJD

Director:
Redactor jefe:
Redacción y producción:
Colaboradores:
Fotografía e ilustración:
Supervisión lingüística:
Realiza:
Información y suscripciones:
Diseño e impresión:
Publicidad:
Depósito Legal:

Josep-Francesc Valls
Pelayo Corella
Susan Ruiz, Sira Abenoza
Pere Puig, Maribel Tejada, Maria Targa, Judit Permanyer
José Luis Carrasco y Daniel H. Agostini
Francesc X. Navarro
Media Europa, S.L.
Media Europa, S.L. Tel. 93 284 89 11 / Fax 93 284 81 92 / informatiu@cambrescat.es
Gráficas 94, SL
Bitmap, S.L. Noemí Benito. Tel. 93 459 33 30
2277-1972

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

ránking de marcas mundiales

Business Week on-line publicó, el pasado mes de agosto, un ránking con las 100 primeras marcas mundiales con un valor superior a 1 billón de USD. En la selección se utilizaron dos criterios: las marcas tenían que ser globales, con un 20 % o más de sus ventas totales fuera del país de origen; los datos financieros y de márketing sobre los que realizar la valoración tenían que ser públicos.

Una rápida ojeada nos revela un secreto por todos conocido: la falta de empresas españolas. Es sólo un informe, y como todos los informes, discutible, pero habla bien a las claras de uno de los problemas de la empresa española, la falta de tamaño y, por ende, de marca. Ni tan siquiera las grandes como Telefónica, Inditex, Mango o Repsol aparecen.

1 COCA-COLA Coca-Cola Company	U.S.	26 MORGAN STANLEY Morgan Stanley	U.S.
2 MICROSOFT Microsoft Corp.	U.S.	27 MERRILL LYNCH Merrill Lynch & Company, Inc.	U.S.
3 IBM International Business Machines Corp.	U.S.	28 PFIZER Pfizer Inc.	U.S.
4 GE General Electric Company	U.S.	29 DELL Dell Corp.	U.S.
5 INTEL Intel Corp.	U.S.	30 MERCK Merck & Company	U.S.
6 NOKIA Nokia Corp.	Finland	31 JP MORGAN JP Morgan Chase & Company	U.S.
7 DISNEY Walt Disney Company	U.S.	32 NINTENDO Nintendo Company, Ltd.	Japan
8 MCDONALD'S McDonald's Corp.	U.S.	33 NIKE Nike Inc.	U.S.
9 MARLBORO Philip Morris Companies Inc.	U.S.	34 KODAK Eastman Kodak, Inc.	U.S.
10 MERCEDES DaimlerChrysler AG	Germany	35 SAP SAP AG	Germany
11 TOYOTA Toyota Motor Corp.	Japan	36 GAP Gap Inc.	U.S.
12 HEWLETT-PACKARD Hewlett Packard Company	U.S.	37 HSBC HSBC Holdings plc	Britain
13 CITIBANK Citigroup Inc.	U.S.	38 KELLOGG'S Kellogg Company	U.S.
14 FORD Ford Motor Company	U.S.	39 CANON Canon, Inc.	Japan
15 AMERICAN EXPRESS American Express Company	U.S.	40 HEINZ HJ Heinz Company	U.S.
16 GILLETTE Gillette Company	U.S.	41 GOLDMAN SACHS Goldman Sachs Group, Inc.	U.S.
17 CISCO Cisco Systems Inc.	U.S.	42 VOLKSWAGEN Volkswagen AG	Germany
18 HONDA Honda Motor Company	Japan	43 IKEA Ikea International A/S	Sweden
19 BMW Bayerische Motoren Werke AG	Germany	44 HARLEY-DAVIDSON Harley-Davidson, Inc.	U.S.
20 SONY Sony Corp.	Japan	45 LOUIS VUITTON LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton	France
21 NESCAFE Nestlé S.A.	Switzerland	46 MTV Viacom, Inc.	U.S.
22 BUDWEISER Anheuser-Busch Companies, Inc.	U.S.	47 L'OREAL L'Oréal SA	France
23 PEPSI Pepsico, Inc.	U.S.	48 XEROX Xerox Corp.	U.S.
24 ORACLE Oracle Corp.	U.S.	49 KFC Yum! Brands, Inc.	U.S.
25 SAMSUNG ELECTRONICS Samsung Corporation S.	Korea	50 APPLE Apple Computer, Inc.	U.S.

Fuente: *Business Week on-line*

la comisión europea no puede parar los peajes alemanes

El próximo 2 de noviembre entra en vigor el tan polémico sistema de peajes ideado por Alemania. A pesar de que, cuando apareció la iniciativa, Bruselas amenazó con paralizar todo el plan de peajes, la Comisión Europea, encabezada por la comisaria de Transportes, Loyola de Palacio, no ha conseguido hacer frente al nuevo sistema.

El ministro alemán de Transportes, Manfred Stolpe, se ha comprometido a separar jurídicamente la tarificación y las compensaciones económicas a los transportistas, que se realizarán a través de los impuestos sobre los carburantes y, por ello, ya no se trata de una práctica ilegal.

El impuesto se situará entre los 0,10 y 0,17 EUR por kilómetro recorrido en autopistas alemanas y se aplicará a todos

los camiones de más de 12 toneladas. Un grupo de trabajo, organizado por Bruselas y Berlín, se asegurará que el impuesto no discrimina a los transportistas extranjeros, que no han dejado de criticar fuertemente el nuevo sistema.

Desde la Federación Nacional de Asociaciones de Transporte de España (Fenadismar), ya se han iniciado contactos para constituir una Plataforma Nacional contra la Tasa de Infraestructuras. Su secretario general, Juan Antonio Millán, advierte que "si Alemania establece el peaje para los camiones, no hay razón para que otros países de Europa no lo implanten, y eso es realmente peligroso". Y es que, de hecho, Francia ya se plantea también imponer un peaje similar.

carta abierta

un nuevo escenario europeo ¿exportación o internacionalización?



Albert Vilardell Figueras
Presidente de la Cámara
de Comercio e Industria de Terrassa

Muchas empresas que hoy en día destacan por su dinamismo exportador, iniciaron una nueva etapa empresarial incorporando la exportación en su estrategia de crecimiento con motivo de la incorporación de España en la entonces llamada CEE.

Acontecimiento que propició un antes y un después en el desarrollo del tejido empresarial de nuestras empresas y un cambio de mentalidad empresarial que condujo al espectacular crecimiento de

las exportaciones durante la última década.

La ampliación de la UE en mayo de 2004 supone el mismo reto para los 10 países candidatos, como para los actuales Estados miembros. Un reto lleno de oportunidades, y también de amenazas, que sin duda nuestras empresas podrán afrontar, como ha ocurrido en otras ocasiones en el pasado. Aprovechar el nuevo escenario europeo para el crecimiento de nuestras empresas es el reto que ahora se nos presenta y que ha de contribuir a un nuevo cambio de mentalidad que nos haga capaces de crecer en este nuevo entorno.

Según el estudio *Trajectòries d'internacionalització de l'empresa catalana* realizado por COPCA y ESADE, tras encuestar a 187 empresas catalanas, éstas preveían un crecimiento de 133 nuevos establecimientos permanentes en el exterior (tanto comerciales como productivos) en todo el mundo, siendo solamente 8 de ellos inversiones destinadas a países de la ampliación de la UE.

Es un factor clave nuestra presencia en

los mercados de los países de la ampliación, porque se trata de Europa, nuestro mercado natural, y porque en mayo de 2004 formarán parte de nues-

Es un factor clave nuestra presencia en los mercados de los países de la ampliación, porque se trata de Europa, nuestro mercado natural, y porque en mayo de 2004 formarán parte de nuestro mercado interior

tro mercado interior. Exportar nuestros productos es importante, pero para crecer y completar el proceso de internacionalización de las empresas es necesario el establecimiento de filiales comerciales y productivas en el exterior y, de este modo, aproximarnos a nuestros futuros socios en la UE.

en dos palabras el tiempo

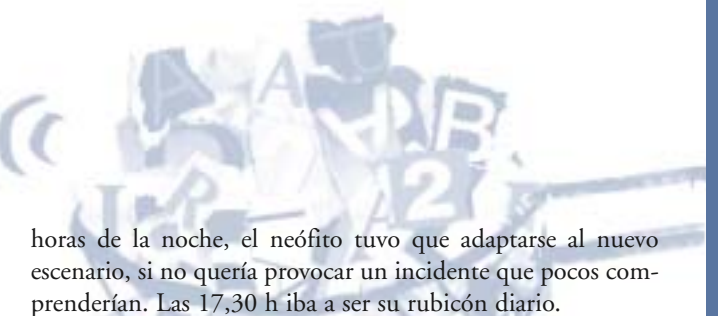
Uno de los más brillantes ejecutivos que ha dado Catalunya en los últimos lustros, y que desgraciadamente nos dejó, fue promovido al *board* internacional de la multinacional alimentaria a la que pertenecía, con sede en Suiza. A las 17,30 h en punto de su primer día de trabajo, la señora de la limpieza entró sin llamar a su despacho:

-Ya puede marcharse que voy a limpiar –le dijo.

-Venga un poco más tarde, por favor, soy el nuevo director general.

-Usted será el director general, pero yo tengo que limpiar su despacho y debe irse porque ya se acabó su tiempo de trabajo.

Minutos después insistió nuevamente la señora. Y así, los días sucesivos. Acostumbrado a finalizar su jornada laboral a altas



horas de la noche, el neófito tuvo que adaptarse al nuevo escenario, si no quería provocar un incidente que pocos comprenderían. Las 17,30 h iba a ser su rubicón diario.

A pesar de trabajar 5 ó 6 horas menos diarias, su ejecutoria en Suiza fue tan brillante como lo había sido al frente de la organización en España. La señora de la limpieza le había ayudado a descubrir que reducir el tiempo de permanencia en el despacho no es sinónimo de trabajar menos. Replantando el sistema, el directivo produce igual o mejor, va más relajado y transmite mucha más seguridad a toda la organización; incluso más de uno descubrirá que en estas condiciones la vida familiar mejora sensiblemente.

Josep-Francesc Valls

Andreu Claret, director del Institut Europeu de la Mediterrània

“en el magreb hay margen para una mayor presencia empresarial”

Andreu Claret dirige el Institut Europeu de la Mediterrània, el IEMed (www.iemed.org), y reconoce que uno de sus objetivos es “hacer de Barcelona la capital del Mediterráneo”. Un sueño que pasa por aprovechar la imagen de una ciudad vital y volcada al Mare Nostrum. Para ello reclama “sumar esfuerzos de todos”.

Este periodista, que ha recorrido América Latina y que fue testigo de la Revolución de los Claveles, ocupa la dirección del IEMed, desde el que pretende que, a través de la reflexión y la discusión, este *think tank* se convierta en un punto de referencia a la hora de abordar los problemas del Mediterráneo, “como la inmigración, la economía, la fractura cultural y el diálogo entre civilizaciones”.

¿Cuáles son los principales retos que tienen ante sí Catalunya y España con el Sur del Mediterráneo?

El conocimiento mutuo. Por desgracia, aún funcionan muchos estereotipos, hay una visión sesgada desde aquí de lo que es el mundo árabe y desde el mundo árabe de lo que somos nosotros. Por lo tanto, la tarea es ingente. El desconocimiento es enorme en la sociedad en general, incluido el mundo empresarial. Si no hay más inversiones es porque hay desconocimiento, porque hay temor. Si nos conociéramos mejor, estoy convencido de que el Magreb en general, y Marruecos en particular, serían nuestro México, un activo fundamental en el desarrollo económico español y catalán. Es nuestra salida natural y fácil. Argel está a la misma distancia en avión que Madrid. Túnez está un poco más lejos que Sevilla. Son países que, con todas las dificultades, que no son pocas en el mundo árabe, van hacia adelante, aunque a veces a trompicones...

¿No cree que esa falta de presencia se debe a que, como usted muy bien dice, a pesar de la proximidad geográfica sigue habiendo un abismo cultural importante?

Es evidente. Hay un gran abismo cultural y un gran desconocimiento, pero también otras muchas cosas: dificultades

jurídicas, incertidumbre política, dificultades administrativas. Son países que necesitan emprender unas reformas y una liberalización de una manera más activa que la que han llevado a cabo hasta ahora. Pero con lo que ya son hoy creo que ya hay margen para una mayor presencia empresarial. Ahí es donde creo que hay campo para la acción conjunta de instituciones como las Cámaras de Comercio, el Port de Barcelona o el IEMed. Sin ir más lejos, nosotros inauguramos una exposición de Tàpies en Tánger a los tres días del desalojo de Perejil. Es un ejemplo de cómo la cultura

Inmigración: “Todo lo que fomenta la ilegalidad, incluidas las leyes restrictivas, es una bomba de relojería”

ra puede mantener unas relaciones permanentes, de crear un vínculo que permita que, si un día se deterioran las relaciones bilaterales, haya un nexo de unión, no se llegue hasta donde se llegó en este episodio. Pero no nos engañemos, no se avanzará si no se trabaja en todos los niveles: en el político, el económico, el cultural...

Ocho años después, ¿qué queda del proceso de Barcelona iniciado en 1995?

Aquel proceso levantó demasiadas expectativas. Aun así, quedan unos acuerdos bilaterales con la mayoría de países mediterráneos, salvo con Siria y con el Líbano, que hay que acabar de resolver. Queda también una idea: la de que los países del Sur del Mediterráneo tienen su futuro ligado al de Europa.

¿Cómo se explica que parte de los fondos destinados a esos países no se hayan utilizado?

Es cierto, en los primeros cinco años, de los 5.000 MEUR de los fondos MEDAS sólo se invirtió un 26 %, porque esos países no demostraron capacidad suficiente para administrar esos fondos y por problemas burocráticos de Bruselas. En los últimos 2 años, se ha mejorado sustancialmente, estamos ya en otra dinámica. Lo que pasa es que lo que pueden hacer los Estados es relativo; si no hay inversión privada, los fondos MEDAS pueden ser, como dicen los ingleses, *peanuts*, cacahuetes. Uno puede pensar que 4.500 MEUR es mucho dinero, pero si se divide por 12 países, incluida Turquía, no es tanto. La gente ha de tener claro que esos países no saldrán del marasmo en el que se encuentran si no hay inversión privada, y ésta es lo que hoy no funciona. La inversión privada era en 1995, en los doce países ribereños del Sur del Mediterráneo, el 1,2 % del total mundial y ahora es el 0,8 %. Por tanto, todos los esfuerzos tienen que ir destinados a transformar esos países para hacerlos atractivos a la inversión privada. Si no es así, los fondos MEDAS se van a diluir en los desiertos que hay en esos países como una gota de agua.

Uno de los temas presentes en la agenda Norte-Sur, como usted comentaba anteriormente, es el de la inmigración, ¿qué medidas se tendrían que adoptar para ordenarla?

El tema de la inmigración tiene dos componentes: primero, uno de control de fronteras, de flujos. Yo creo que las administraciones, en general, van con mucho retraso, con una perspectiva cerrada, de seguridad y lo que hay que hacer es ordenar esos flujos para que la mayoría de gente llegue legalmente y



Claret opina que el Islam no es un impedimento para el desarrollo del capitalismo en el mundo árabe

por lo tanto se pueda integrar mejor y más rápidamente y evitarse no pocos problemas. Ese retraso es evidente, los propios empresarios se han manifestado a favor de una ampliación de los cupos de inmigración porque hay una necesidad de mano de obra y porque eso es bueno para la economía del país. La Administración tiene que hacer menos demagogia sobre la inseguridad y los problemas que eso plantea, que efectivamente los plantea, y atender y ordenar más las necesidades de la economía. Todo lo que fomenta la ilegalidad, incluidas las leyes restrictivas, es una bomba de relojería. Y luego hay otro componente, que es cuando el inmigrante ya está aquí; y es ver cómo se integra en la vida social, política y cultural del país receptor. Se ha de actuar con energía respecto de la defensa de los valores, de la cultura del país, de la manera de ser de la gente de aquí, pero al mismo tiempo con una apertura de miras, sabiendo que esa gente viene con sus propias costumbres y que todo aquello que no choque, que no entre en conflicto con la sociedad de acogida, es asimilable y reconocible.

Muchos expertos afirman que una de las medidas más efectivas contra la inmigración ilegal es favorecer el desarrollo en los países de origen, pero el problema es que se trata de una medida a medio/largo plazo, ¿qué hacer, mientras tanto?

El desarrollo económico es fundamental a largo plazo, sabiendo, de todas maneras, que a corto plazo el desarrollo de esos países fomenta la inmigración. Los inmigrantes que vienen no son los más pobres ni los más desheredados, son gente de nivel medio, que no tiene oportunidades después de haber finalizado sus estudios y tienen que hacer de taxista en Tánger; no son los que cuidan cabras en el Rif. Si se favorece el desarrollo, éste tiene que ser sostenido.

Hablemos de desarrollo económico. Es cierto que los planes de creación de un futuro mercado único entre la UE y los países de la ribera Sur del Mediterráneo avanzan, pero ¿por qué no avanza en la misma medida un libre mercado Sur-Sur? ¿No están ellos mismos desechando una herramienta muy útil para dinamizar la región?

Por razones políticas que todos conocemos... Desde Europa tendríamos que ser más contundentes, más coercitivos. Habría que decirles claramente que estamos dispuestos a colaborar en su desarrollo, a poner los medios, pero las condiciones son éstas. Lo que no puede ser es que tú ayudes a Marruecos y a Argelia y que luego la frontera entre esos dos países esté cerrada. Eso no es serio. En términos económicos, insostenible. Haces una inversión para fabricar muebles en Marruecos y luego no los puedes vender en el país vecino..., tienes que traerlos aquí para reexportarlos a Argel. Sé que es un tema político complejo, con el trasfondo del Sahara, pero si no supera, se está perdiendo una gran oportunidad. Si el Magreb fuera un todo, entonces habría un mercado de 60-70 millones de habitantes muy atractivo para nuestras empresas.

Hasta ahora hemos hablado de economía; permítame un cambio de tercio si le parece. Los acontecimientos del 11-S ¿cómo afectaron a la relación de los países europeos con el mundo árabo-musulmán?

Desde el 11-S para acá todo ha ido a peor: la economía, las relaciones políticas y la Guerra de Irak, que ha sido otro elemento de fractura y de tensión. Ahora parece abrirse un halo de esperanza en Oriente Próximo. El mundo

“La resolución del conflicto árabe-israelí es fundamental para que los reformadores dentro del mundo árabe ganen la partida a los dictadores y a los islamistas”

árabe, los árabes, viven en un pozo de humillación histórica. En el siglo XII-XIII eran el centro del mundo, desde entonces han ido para atrás. Todo lo que ha pasado recientemente les ha reafirmado en ese sentimiento de humillación. Creo que ese sentimiento es muy negativo porque es la base de operaciones demagógicas del fundamentalismo islámico y que se ha de superar lo más rápido posible, con desarrollo económico y ofreciéndoles un lugar en el mundo.

Sobre la situación actual del mundo árabe, hay claramente dos visiones enfrentadas, la de arabistas como Gema Martín Muñoz o Bernabé López, que culpan en gran parte a Occidente por su constante intromisión en los asuntos internos de esos países, frente a la de gente como Bernard Lewis, que lo achacan a la propia decadencia del mundo árabe. ¿Usted qué cree?

Yo soy bastante ecléctico. Creo que son dos fenómenos que se encadenan. La decadencia no está sólo dentro, y por supuesto no creo que la decadencia esté en el Corán y en el tipo de creencias y de costumbres que dominan el mundo árabe. En absoluto. La prueba de que no es así es que cuando han tenido alguna oportunidad, la han aprovechado. Sí creo que hay un bloqueo en el mundo árabe, que no es capaz de coger los trenes de la revolución industrial, de

“El cristianismo también fue un factor de resistencia a los cambios, a la industrialización y al espíritu de empresa. Y con toda esa tradición cristiana, Europa es hoy la punta de lanza del capitalismo en el mundo”

la modernización, o el de la democracia. Claro que la responsabilidad europea con la etapa colonial es también clarísima. No nos engañemos. Bernard Lewis creo que tiene una idea demasiado interiorizada, demasiado islamizada de lo que es el mundo árabe. Yo no creo en esas explicaciones, eso es como explicar la historia de Europa desde el cristianismo. El cristianismo podía ser un factor de resistencia a los cambios, a la industrialización, al espíritu de empresa y al capitalismo y luego eso se superó. Y con toda esa tradición cristiana, Europa es la punta de lanza del capitalismo en el mundo. Pues en el mundo árabe, particularmente en el mundo económico, no hay nada en el Corán que sea contrario al desarrollo y al espíritu de empresa. Lo que pasa es que hay que darles un punto de apoyo,

de articulación, que pasa por Europa. En este sentido, no creo en la reciente ofensiva de EEUU de crear una zona de libre cambio para potenciar el desarrollo de esos países. Con comercio sólo no van a salir de esa situación.

Pero lo cierto es que los últimos informes sobre el mundo árabe, como el elaborado por la ONU, son desoladores. Desoladores y realistas. Es que ese punto de articulación implica los cambios y las reformas dentro del mundo árabe. Marruecos, con el 62 % de las mujeres analfabetas... Son cifras que están por detrás de algunos países del África negra. No puede ser.

¿No cree que uno de los principales males que tienen los países del Sur del Mediterráneo es el de sus dirigentes, una élite política que ha fracasado en el desarrollo y la modernización económica y en cambio ha bloqueado la alternancia?

Son los intereses creados con la complicidad europea, muchas veces. Intereses vinculados a la presencia económica europea. Hay que acabar con esa presencia vertical que es todavía muy neocolonial y que es la que justifica el que nada cambie porque ya le va bien a mucha gente. Ahora soy un poco más optimista porque, a pesar de los problemas derivados de la Guerra de Irak, una guerra mal planteada y una posguerra llena de incertidumbres, sí ha tenido una virtud, la de mover el tablero. Y eso ha creado una sacudida dentro del mundo árabe que podría ser positiva en el sentido de que se den cuenta de que hay que cambiar. Y para cambiar hay dos maneras. Una, que no defendiendo de ninguna manera, que es mediante acciones como la que ha protagonizado EEUU, con un coste enorme y unas consecuencias muy inciertas, o bien cambiar en un proceso como el abierto en Barcelona.

Sami Naïr planteaba en las Las heridas abiertas un dilema interesante: el de si se había de impedir el acceso al poder a una fuerza política que no tiene un proyecto democrático. ¿Qué opina? Es un tema muy, muy complicado. Mire el caso de Marruecos, hay una fuerza islamista moderada, que ha tenido un resultado en las elecciones generales muy bueno y que se prevé que, a la vuelta de vacaciones, jueguen un papel

importante en las elecciones municipales. Después de los atentados de Casablanca, el debate sobre qué hacer es muy importante. Hay gente, demócratas ellos, los erradicadores, que dicen que hay que acabar con los islamistas y otros que creen que hay que integrarlos. Yo apuesto por buscar fórmulas en las que puedan tener su espacio. No propugno facilitar procesos como el de Irán, pero dentro de un proceso democrático hay que buscar espacios para el islamismo, porque tienen un componente reformista, es cierto que también

“Para superar el problema del fundamentalismo islámico se ha de promover el desarrollo económico y ofrecer al mundo árabe un lugar en el mundo”

tienen un componente reaccionario, populista..., pero el aspecto reformista no hay que dejarlo de lado, son los que empujan para que cambie el panorama. Si tú erradicas todo eso, te quedas con una estructura de partidos clásicos que ya está muy desgastada.

¿Pero cuál sería el límite a ese espacio que usted propugna?

La frontera es la democracia. Aunque cada país tiene que encontrar su modelo. Si se quiere competir con el islamismo, lo que hay que hacer es atender a la gente y acabar con los muchos problemas sociales que existen. Porque de ahí viene el ascenso del islamismo.

Por último, hablando del Mediterráneo y también del islamismo es casi obligada. ¿Solucionar el conflicto árabe-israelí sería la mejor manera de desactivar la amenaza islamista?

Sin duda alguna. Esa cuestión es clave, mucho más que Irak. Lo que los árabes tienen clavado en el corazón es un sentimiento de humillación perenne con el conflicto israelí y el doble rasero de Occidente a la hora de actuar contra Israel. La solución de este tema es fundamental para que los reformadores dentro del mundo árabe ganen la partida a los dictadores y a los islamistas.

Pelayo Corella

españa no va a reconstruir irak



De los 70 primeros contratos que USAID, la Agencia de EEUU para el Desarrollo Internacional, ha concedido para la reconstrucción de Irak, ninguno ha sido ofrecido a empresas españolas. Las 9 grandes empresas estadounidenses adjudicatarias de los principales proyectos de reconstrucción han subcontratado trabajos con casi 70 firmas y la mayoría de ellas son también norteamericanas, alguna de Gran Bretaña, Kuwait, Arabia Saudí, Irak, Egipto e Irlanda.

Además, según informaba recientemente la prensa internacional, los contratos que el Gobierno estadounidense ha ofrecido a los grupos Halliburton y Bechtel parecen ser más succulentos, económicamente hablando, de lo que la Administración Bush había confesado. Sólo Halliburton, empresa dirigida hasta el año 2000 por Dick Cheney, actual vicepresidente del Gobierno, ha conseguido contratos por un valor de 1.700 MUSD.

Por lo que refiere a las empresas españolas, después de la reunión que mantuvieron el comisionado del Gobierno para la reconstrucción de Irak, Fernando Díez Moreno, con el sector empresarial para comunicarle las oportunidades de negocio en ese país y ponerlo en contacto con las compañías adjudicatarias estadounidenses, los proyectos se han quedado en humo.

Si alguien va a concretar negocios parece que, en todo caso, serán empresas iraquíes. Éstas ya han iniciado contactos con Iberdrola, Repsol-YPF, ACS Dragados, Santander o Ros Roca. Nuevos contratos podrían sumarse a los ya existentes con Repsol-YPF y Cepsa para el suministro de un millón de barriles de crudo.

Por su parte, La Caixa, como entidad miembro del grupo Banco de Comercio, emitirá cartas de crédito y créditos documentarios que permitirán a las empresas iraquíes la importación de productos para la reconstrucción.

Formación de directivos para la gestión internacional



Escola Superior de Comerç Internacional

Programas de formación continua

MASTER

Master of International Business, M.I.B. Executive

Proporciona las habilidades que permitirán gestionar los diferentes aspectos económicos, sociales y culturales del nuevo escenario internacional.

- 500 horas lectivas (Septiembre-Julio).
- Sesiones viernes tarde y sábado mañana.

POSTGRADOS

Curso Superior de Comercio Internacional

Proporciona una formación general, amplia y práctica para el departamento de comercio exterior de la empresa.

- 270 horas lectivas (Octubre-Junio).
- Sesiones martes, miércoles y jueves tarde.

Dirección Comercial Internacional Avanzada

Forma expertos en la planificación, gestión y control de la actividad comercial de la empresa con negocio internacional.

- 220 horas lectivas (Noviembre-Mayo).
- Sesiones viernes tarde y sábado mañana.



Teléfono 900 122 630
 Passeig Pujades, 1 - 08103 Barcelona
 esci@esci.es - www.esci.es
 Escola Superior de Comerç Internacional

la vía islamista

Hay países cuya geografía condiciona su historia. Un ejemplo sería Panamá. Otro, Turquía. Ser puente entre Oriente y Occidente ha convertido al heredero del Imperio Otomano en un complejo país con dos almas: geográficamente asiático y políticamente europeo.



Cuando en 1923, Mustafá Kemal Atatürk derrotaba al último sultán y abolía el califato, Turquía iniciaba un largo camino para buscar su sitio en Europa. Un sitio que aún no ha encontrado pero que ve cada vez más cerca. A pesar de los numerosos desplantes de la UE, Ankara ha conseguido que a finales del presente año los Quince analicen la trayectoria reciente para poder pasar a negociar con un calendario en la mano el futuro ingreso en la Unión. No obstante, no está nada claro que Europa diga sí al ingreso. Eso dependerá de las presiones que se reciban desde Washington para que los europeos hagan un hueco en el elitista club de

Bruselas y, muy especialmente, de que haya algún país que se atreva a decir en público lo que dicen casi todos entre bambalinas.

Son muchos a los que ahora les vienen a la memoria aquellas palabras del recientemente desaparecido Roy Jenkins, quien, estando al frente de la Comisión, dijo que “para entrar en la Comunidad hay que ser europeo y demócrata y Turquía no es una cosa ni otra”. Aunque todo el mundo sabía que cuando decía lo de “europeo”, en realidad quería decir “cristiano”. Y es que, a pesar de que Atatürk impulsara e impusiese el laicismo, en Bruselas siguen viendo a Turquía, por encima de

cualquier otra consideración, como un país musulmán.

Claro que, tras el 11-S y ante el miedo de que la teoría expuesta por Huntington del choque de civilizaciones tome cuerpo, pocos, muy pocos dirigentes europeos querrán pasar a la historia como los responsables de decir “no” a un país que se ha aplicado en las últimas fechas para cumplir con todos los requerimientos exigidos por Bruselas.

El reformismo de Erdogan

Y he aquí la paradoja. Mientras que el Ejército turco ha sido el guardián de los principios kemalistas, que no eran otra cosa que una occidentalización forzosa de la población, puede ser una fuerza islamista la que lleve Turquía hasta las puertas de la UE. En estos momentos se está produciendo un inquietante pulso entre ese entramado de poder político-militar, guardián del centeno kemalista, y el primer ministro Recep Tayyip Erdogan, líder de AKP (Justicia y Prosperidad). Erdogan ha sido el reciente ganador de unas elecciones en las que la tradicional clase política quedó barrida del mapa. Cansados de corruptelas y de desgobierno, los turcos apostaron por lo que ellos llaman una democracia cristiana a la musulmana.

La tarea reformista para el Gobierno de Erdogan es ingente, pero de ello depende que Turquía encuentre su sitio en la Europa de hoy

Erdogan quiere hacer entender al resto del mundo que islam y modernidad son compatibles. Si tiene éxito en su empeño, Turquía puede convertirse en un interesante experimento que puede

alumbrar el camino a no pocas sociedades musulmanas empantanadas en un etéreo discurso entre tradición y modernidad.

Económicamente, el país ha vuelto por sus fueros. Desde las reformas emprendidas a principios de los años ochenta por Torgut Ozal, y a pesar de las periódicas recaídas, la más grave hace dos años, Turquía ha vuelto a la senda del crecimiento. Los últimos datos señalan que este año las exportaciones crecerán

más del 34 % y que la inflación caerá al nivel más bajo en las últimas tres décadas. Ello permitiría reducir los tipos de interés para favorecer la inversión. Aun así, son muchos los desequilibrios que amenazan al país.

Entre ellos, ser el país más endeudado del mundo con el FMI, lo que da a entender la dependencia de la ayuda exterior que por el momento tiene este país, así como unas infraestructuras muy deficientes. Algunos problemas,

como el tema kurdo, han quedado relegados a un segundo plano. Otros, como la corrupción, son difíciles de erradicar. Muchos son los empresarios que en conversación *off the record* con el *Noticiari* reconocen haber sido víctimas de las “mordidas” de algunos funcionarios públicos.

Pero eso no es óbice para que Turquía siga siendo para España un país fundamental, por dos razones: la primera, el propio dinamismo del país, con una

El placer de negociar

Turquía, y por ende el antiguo Imperio Otomano, ha sido siempre tierra de paso. Grandes rutas comerciales, como la de la Seda, han atravesado sus áridas tierras. Eso ha convertido a los turcos contemporáneos en unos conspicuos negociadores. Les encanta y les apasiona. Al igual que sus vecinos árabes, regatear forma parte de la liturgia de los negocios. El empresario que quiera hacer fortuna hará bien en entrar en ese juego si quiere llevar a buen puerto cualquier negociación.

Para ello hay que mimar y cultivar una relación personal que, con el tiempo, puede ser la mejor arma para desencallar negociaciones empantanadas. La consolidación de la amistad es la base de su proverbial fidelidad en los negocios. Eso sí, a no ser que haya ya una gran confianza, durante las conversaciones hay una serie de temas a los que, por prudencia, mejor no hacer alusión: el problema kurdo, el auge del islamismo y las reiteradas intervenciones del Ejército en la vida pública en defensa de los sacrosantos principios kemalistas, así como la tensa relación bilateral

con Grecia por culpa del problema chipriota y de las islas del Egeo. Mejor, y mucho más recurrente, resulta hablar sobre fútbol y la familia, la base de la sociedad turca, con lo que no nos ha de extrañar que nuestro interlocutor, además de invitarnos a su casa, nos describa con orgullo lo guapos e inteligentes que son sus hijos y lo afectuosa y amable que es su mujer.

En este sentido, también hay mujeres empresarias, pero el grado de emancipación no es tan elevado como en nuestro país, especialmente en el campo y las ciudades más pequeñas. Aunque conviene desterrar la imagen de la mujer con velo. Haberlas haylas, pero también las que visten de manera occidental.

Por último, el tema de la puntualidad, especialmente en el sector privado, es importante, así como la imagen. Debido al caótico tráfico que hace intransitable en horas punta las grandes ciudades, no está de más ser previsor y espaciar las visitas para tener un mínimo margen de maniobra.

Pero el mejor consejo que puede darse a la hora de afrontar el mercado turco es recordar, una vez más, la importancia de las relaciones personales; son determinantes para alcanzar el éxito.

Un mercado emergente

En relación con la subida al poder del AKP, de tendencia islamista, desde el punto de vista de las empresas occidentales y los residentes occidentales en Turquía, este cambio en el panorama político no se ha vivido con especial preocupación. El declarado carácter moderado del AKP y el hecho de haber manifestado reiteradamente que está fuera de su programa el acabar con el laicismo del Estado turco y ser su principal objetivo la adhesión a la UE, han despejado notablemente las reticencias que pudieran existir en un principio hacia el nuevo Gobierno, y las relaciones internacionales no se han visto afectadas en este sentido.

La inestabilidad que se nota en los últimos meses procede de la falta de sintonía entre la cúpula militar, de marcado carácter laico, con el Gobierno, y las reticencias militares a las reformas legislativas que favorecen las libertades políticas, reformas por otra parte exigidas por la UE.

Las relaciones con EEUU también se han enturbiado, pero el motivo no está relacionado con la tendencia religiosa del Gobierno, sino más bien con su negativa a autorizar el uso del territorio turco en la invasión a Irak. Es evidente que desde Occidente siempre se mira con recelo un gobierno de tendencia islámica, pero el Ejecutivo turco es consciente de ello y está actuando con mucha cautela en este aspecto.

En cuanto a las oportunidades de negocio para las empresas españolas, éstas son muy importantes en un mercado con 65

millones de habitantes, candidato a la UE, con la que cuenta con un Acuerdo de Unión Aduanera en productos industriales desde 1996. El último año ha venido, además, marcado por una mayor estabilidad cambiaria y por un crecimiento del PIB superior al 7 %, si bien no hay que dejar de preocuparse por la creciente deuda externa y deuda pública.

Podemos destacar algunos sectores de interés para la exportación española, como la automoción (primer capítulo de nuestra inversión en Turquía), la máquina-herramienta (mencionando la destinada a sectores como el textil, la piedra natural o el agroalimentario) o el equipamiento para colectividades, sin olvidar los interesantes intercambios mutuos del sector textil.

Tampoco hay que olvidar las oportunidades de inversión en sectores como la construcción, medio ambiente, turismo y energía, sectores que han atravesado en los últimos dos años por algunas dificultades por la coyuntura económica y la austeridad en los presupuestos públicos, pero que tienen un gran potencial. Por último, podemos destacar las oportunidades que se están presentando en la que puede ser última fase de privatizaciones en este país.

Para una información más completa puede consultarse nuestra página web: <http://www.mcx.es/Ankara>.

Pablo Cascón Salgado

Agregado comercial en la Oficina Económica y Comercial de Ankara. Embajada de España en Turquía

demografía al alza que lo convertirá, en poco más de veinte años, en el segundo país más habitado del Viejo Continente tras Rusia; la segunda, su localización geográfica lo convierte en una plataforma desde la que abordar tres regiones importantes: los Balcanes, Asia Central y Oriente Próximo.

Como decía Brezinski, si el gran tablero mundial pasa por controlar la masa euroasiática, Turquía es uno de sus principales pivotes. Además, después de la firma de los últimos acuerdos con el FMI y el Banco Mundial, con el beneplácito de Washington, por supuesto, ese pivote mira más que nunca hacia Occidente.

La victoria islamista del AKP abre una puerta muy interesante para hacer ver al mundo que islam y modernidad son perfectamente compatibles

Pero es que Turquía se ha convertido, una vez acabada la Guerra Fría, también en un importante socio geoestratégico por razones que no escapan a nadie. De nuevo su geografía la sitúa en el centro del tablero. Los nuevos oleoductos en construcción para exportar el crudo del Mar Caspio parten de Bakú en dirección al puerto turco de Ceyhán, en la costa mediterránea.

Por todo ello, no es extraño, pues, que el Banco Mundial haya identificado a la turca como una de las diez economías emergentes más importantes del mundo. Ese crecimiento y ese fuerte dinamismo económico están claramente dirigidos hacia la UE. Eso es bueno en tanto en cuanto hay un acuerdo de libre comercio firmado en 1996, con lo que las trabas arancelarias son inexistentes para la mayoría de productos, y malo si tenemos en cuenta que esas ventajas de que dispone España también las disfrutaban los empresarios franceses, italianos o alemanes. La competencia es grande, aunque la oportunidad de negocio también.

Pelayo Corella

Un estratégico mercado emergente, puente hacia otras economías

Turquía tiene una población de unos 68 millones de habitantes, con un crecimiento que, según datos del Banco Mundial, provocará que en 2020 llegue a unos 80 millones, haciendo de este país el más poblado de Europa después de Rusia, junto con Alemania. Además, en torno al 60 % de su población tiene menos de 35 años, cosa que convierte a Turquía en un mercado con una muy importante fuerza productiva y consumidora.

Turquía es cada vez más un país vinculado económicamente a la Unión Europea (UE). De hecho, desde el 1 de enero de 1996 está en vigor una unión aduanera entre estos dos mercados que permite la libre circulación de mercancías sin ningún tipo de arancel ni limitación cuantitativa (excepto algunos productos agrícolas no manipulados). En este sentido, desde esa fecha las relaciones económicas y comerciales entre la UE y Turquía se han reforzado, haciendo que más de la mitad de su comercio exterior sea con la UE.

No obstante, Turquía tiene unas fuertes relaciones económicas con otros mercados emergentes, como la Federación Rusa o, de forma creciente, con Siria, Irán y otros mercados de los Balcanes (especialmente Rumanía y Bulgaria). En esta línea de apertura a terceros mercados, Turquía es miembro fundador de la Organización Económica del Mar Negro (BSEC), que tiene como objetivo crear una zona de libre comercio entre todos sus Estados ribereños.

Desde el establecimiento de la Unión Aduanera con la UE, Turquía ha emprendido una serie de reformas estructurales, tanto políticas como económicas, que tienen como fin la preparación de su ingreso en la UE. De hecho, la UE ya ha concedido a Turquía el estatus de país candidato al ingreso. A finales de 2004 se estudiará su situación para establecer una fecha de inicio de las negociaciones.

En esta línea de cambios internos que el actual Gobierno, formado por un solo partido, el partido islamista moderado Justicia y Paz, está dando un empujón definitivo a diferentes políticas reformistas que habían quedado estancadas anteriormente por disputas internas de los diferentes partidos en el Gobierno anterior.

En cuanto a la propia economía turca, destaca el dinamismo del sector privado, tanto por su innovación y tecnología como por su creciente proyección internacional. Así, los sectores de automoción, tanto de primeros equipos como de recambios; el de la construcción (con una muy importante presencia de empresas turcas en otros mercados regionales como Rusia y otros en Asia Central y Oriente Próximo); el de material eléctrico (el sector energético en general está recibiendo una gran atención por parte tanto del Gobierno como de inversores privados turcos e internacionales, por el gran crecimiento de la demanda eléctrica en este mercado); o el sector textil (en sus diferentes fases, desde la propia maquinaria hasta el producto acabado en piel, cuero...) son algunos de los sectores más importantes y activos en Turquía.

Turquía es un mercado relativamente estable. Tiene unos ciclos bastante frecuentes de crisis económica seguida de unos años de gran crecimiento. En este sentido, Turquía sufrió en febrero de 2001 la última gran crisis económica, con una serie de consecuencias (intervención estatal de varios bancos turcos, importante devaluación de la lira turca, fuerte caída del PIB...) que han abonado el terreno para hacer más competitiva la producción y la economía turca. El resultado han sido las cifras de crecimiento económico de estos dos últimos años, especialmente por lo que se refiere a sus exportaciones.

Turquía es un importante socio comercial de España; el primero del Mediterráneo y uno de los primeros fuera de la UE (dependiendo del año es su noveno o décimo socio comercial). En 2001, un año que se rompía una importante tendencia de crecimiento de las exportaciones españolas a Turquía, las exportaciones a este país fueron de alrededor de 1.000 MEUR. Una tercera parte de estos intercambios tienen como origen Catalunya. Hay que destacar que después de ese año se ha vuelto a recuperar la tendencia ascendente por lo que se refiere a los intercambios comerciales bilaterales.

El COPCA tiene en Estambul, capital económica y comercial del país, su oficina en Turquía para favorecer la introducción y consolidación de las empresas catalanas allí. Para más información, hay que dirigirse al Área de Asia y África del COPCA (tel.: 934 844 650, c/e: africa@copca.com, o bien consultar la página web www.copca.com).

Javier Albarracín

Consultor del Norte de África y Oriente Próximo del COPCA

españa vista desde la otra orilla

Aunque es cierto que, entre otros, eventos como los Juegos Olímpicos de Barcelona y la Expo de Sevilla han contribuido a modernizar la imagen añeja de España, no puede obviarse que, para muchos, este país sigue siendo todavía sinónimo de toros, sevillanas, costas calientes y gente amable y simpaticona. Un estudio realizado por William Chislett, y publicado por el Real Instituto Elcano, *La inversión española directa en América Latina: Retos y Oportunidades*, da cuenta de ello. Mientras las cifras confirman a España como la undécima potencia económica del mundo, desde la perspectiva subjetiva de los compradores latinoamericanos nuestros productos son los de un Estado en desarrollo, poco fiables y de baja calidad.

La historia es la que es y la herencia colonial no perdona. Aunque de ello hace ya más de quinientos años, para muchos latinoamericanos, debajo del nombre de un español sigue apareciendo el cartel: “descendiente de algún invasor”. Y, además, para que el tiempo no ayude al olvido, los medios de comunicación de EEUU y el Reino Unido se están encargando de machacar a la audiencia la que es su nueva expresión para nombrar la inversión española en el exterior: “los nuevos conquistadores”.

Arrogancia hispana

Unas encuestas realizadas por Young & Rubicam sobre la imagen de España en Europa y América Latina son, a la vez que sorprendentes, muy reveladoras. En tierras latinoamericanas creen que en España la gente es, ante todo, inaccesible. Algo curioso teniendo en cuenta que el idioma es compartido. Pero por otra parte —algo que aparentemente parece una contradicción— califican a los españoles de simpáticos, divertidos y auténticos.

Los vecinos europeos comparten esta opinión sobre el carácter hispano y también están de acuerdo en criticar la fiabilidad, sinceridad y calidad del mercado español. Por lo que se refiere a la innovación, en cambio, a diferencia de los latinoamericanos, no consideran que los productos españoles sean innovadores.

La arrogancia que atribuyen los latinoamericanos a las empresas ibéricas es, según algunos analistas, debida a que la mayoría de compañías españolas con inversiones en el continente prestan servicios básicos, tales como telefonía, agua o electricidad, anteriormente de propiedad estatal, y eso las convierte en objetivo fácil del descontento social. En Argentina, por ejemplo, algunos sectores sociales han culpado a las empresas extranjeras de haber saqueado el país.

Repsol es el único ejemplo de empresa realmente bien considerada, figurando como la compañía más respetada de Argentina en el ranking que publica *Financial Times*. En lo que concierne al resto de países que han acogido inversiones españolas, ninguno de ellos contiene en su lista empresas hispanas.

Dentro de esa débil popularidad, las marcas más renombradas fueron Iberia, los bancos BBVA y SCH. Éstos, junto con Endesa, Iberdrola y Repsol-YPF, están ayudando a España a conseguir una serie de marcas renombradas en el plano internacional.

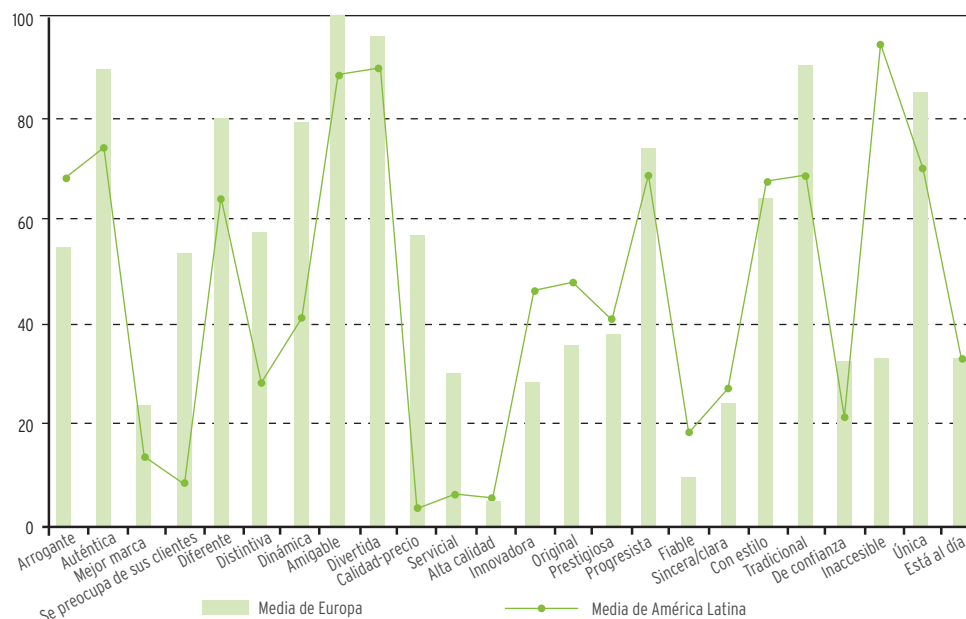
Todo ello puede contribuir a que las empresas españolas compitan en el exterior con una posición más aventajada, creando una imagen renovada del país y potenciando la admiración que sienten los latinoamericanos por la modernización política y económica de España.

Desde las instituciones gubernamentales también ha habido iniciativas al respecto. El Real Instituto Elcano, el Foro de Marcas Renombradas Españolas, el ICEX y el Ministerio de Asuntos Exteriores acordaron, en 2002, la realización del proyecto Marca España, con el objetivo de crear una nueva imagen del país, una que se corresponda con la realidad sociopolítica española.

Sira Abenoza

LA IMAGEN DE ESPAÑA EN EUROPA Y AMÉRICA LATINA

Fuente: Young & Rubicam



La inversión española directa en América Latina: Retos y Oportunidades, de William Chislett, editado por el Real Instituto Elcano, se puede encontrar en: <http://www.realinstitutoelcano.org/publicacionesinsti.asp>

comer en los hoteles

En un país con unas cifras de turismo tan importantes, el sector hotelero es un gran mercado que puede dar salida a los excedentes de producción alimentaria que ya no tienen cabida en el consumo privado. Pero hay que tener en cuenta sus necesidades y características.

En la IV Jornada Prodeca, la empresa de la Generalitat dedicada al desarrollo del sector agroalimentario en los mercados nacional y exteriores, el tema central fue precisamente éste: "Los productos alimentarios en la hostelería". El acto dio voz a todos los protagonistas de este ciclo productivo y de consumo, desde las empresas productoras de alimentos y sus experiencias a la hora de posicionar productos en estos canales, pasando por los intermediarios que distribuyen sus artículos, hasta los distintos representantes de cadenas hoteleras y sus criterios de selección. Cada uno hizo oír la suya. El primer turno fue para los representantes del Grupo Catalonia y el Grupo SERS, empresas de distribución de productos alimenticios. Ambos conferenciantes, David Azperein y Joan Rodés, respectivamente, coincidieron en remarcar que las empresas alimentarias que quieran vender sus productos al sector hotelero tendrán que adaptarse a las exigencias del mercado. También admitieron que hay una tendencia clara a distribuir cada vez más productos de multinacionales o grandes empresas. Dada la dispersión geo-

gráfica de sus clientes hoteleros, a menudo han tenido que sacrificar la calidad para poder llegar a todos los destinos con las mismas condiciones de tiempo y precio. A pesar de que ellos preferirían continuar trabajando con los productos de siempre, dijeron que se han visto forzados a cambiar de proveedores para seguir asegurando sus servicios. Por todo ello, pidieron a las empresas alimentarias que fueran conscientes de la situación y adoptaran las medidas necesarias. Las cadenas hoteleras, por su parte, mostraron diversidad de opiniones. En función de la categoría de sus instalaciones, sus peticiones eran unas u otras. Los establecimientos con paquetes turísticos a precios muy económicos confesaron que tienen que aplicar la política de reducción de costes en todas las partidas, la de los alimentos incluida. Los hoteles más selectos, en cambio, apuntaron que tienen espacio para una serie de productos más caros y de mayor calidad, pero que, aun así, pedían unos precios lo más ajustados posible. En resumen, el sector hotelero aconsejó a las empresas productoras que se

implicaran más en el sector. Les pidieron que ofrecieran más alimentos semielaborados, procurando tener costes fijos, cuidando el embalaje para facilitar una buena gestión de los residuos y, por último, demandaron artículos que permitieran un margen de personalización. Las empresas alimentarias, para finalizar, dieron a conocer sus experiencias y respondieron a las demandas de sus posibles clientes, los representantes hoteleros. Los testimonios también fueron muy heterogéneos: desde empresas que se han adaptado completamente a las exigencias del mercado hasta otras que se quejaron de estas demandas. La situación quedó perfectamente clara: la decisión es suya, de los productores. Si quieren incrementar su volumen de ventas entrando en el mercado hotelero, tienen que escuchar las demandas de los compradores; si no quieren pagar ese peaje, entonces pueden quedarse como estaban.

S. A.



Representantes de varias empresas alimentarias: Unió Agrària Cooperativa, Lorca & M. Rosa, Carns Puigbó y Cadí, en su turno de palabra.

presentada la *memòria econòmica de catalunya*

Tal y como mandan los cánones, el pasado mes de julio el Consell General de Cambres de Catalunya presentó en la Llotja de Barcelona la última edición de la *Memòria econòmica de Catalunya*, la referente al pasado año. El macroestudio es un completo resumen de la situación económica catalana y española y analiza, además del sector exterior, el modelo sanitario, la formación y la competitividad catalana, así como la estructura y las estrategias empresariales de la industria agroalimentaria en Catalunya.



un código necesario

Para impedir que algunas noticias sobre las prácticas de varias multinacionales en el Tercer Mundo se repitan, la ONU ha impulsado un código de conducta que, a la espera de ser aprobado definitivamente por la Asamblea General en su cita anual de Ginebra, debería impedir los casos de corrupción y de abusos que se producen en no pocos países. Las normas aprobadas por un grupo de expertos recogen, por

ejemplo, que no se podrá contratar a menores de edad para realizar trabajos peligrosos o que se evitarán las jornadas superiores a las 48 horas semanales y las 10 horas al día. Además, los firmantes del código ético se comprometen a no discriminar por razón de raza o sexo y a no utilizar la falta de certeza científica legal para comercializar productos potencialmente dañinos para la salud.

Un anuncio publicitario para Savino Del Bene. El fondo es azul con un patrón de líneas diagonales. En la parte superior, el nombre "Savino Del Bene" está escrito en grandes letras blancas. Debajo, un recuadro blanco contiene el texto "desde cualquier lugar a todo el mundo". A la izquierda, hay una lista de servicios: "Red mundial con 70 oficinas propias", "Transporte aéreo y marítimo. IATA, NVOCC, IMO" y "Servicios de aduana, almacén y seguros". A la derecha, hay tres círculos que muestran imágenes de un puerto, un barco y un avión. En la parte inferior, se proporciona la dirección "Mallorca, 264 E, 08008 BARCELONA (España)", el teléfono "+34 93 215 62 26", el fax "+34 93 467 76 75", el correo electrónico "savinodelbene.bcn@sdb.es" y el sitio web "www.sdb.es". En la esquina inferior derecha, hay un logo de un cubo y el texto "TRANSPORTES INTERNACIONALES AGENCIA MARITIMA".

catalunya pierde influencia

Mucho se ha hablado en los medios de comunicación y en no pocos mentideros políticos sobre las causas que han llevado al Principado, supuestamente, a perder el paso con respecto a otras comunidades que muestran, ahora mismo, un dinamismo envidiable.

Para centrar el debate y saber cuáles son las deficiencias reales del modelo económico catalán, este verano la Cámara de Barcelona ha presentado un estudio cuyo título deja bien claro su contenido: *Es necesario un nuevo modelo de crecimiento para Catalunya*.

En un ejercicio de realismo, el informe reconoce que, mientras en los años ochenta, Catalunya ganó peso económico en relación con España, desde 1997 lo está perdiendo. Asimismo, los responsables del estudio señalan que en términos de convergencia del PIB con Europa el avance es muy "lento" y que otras comunidades, como Madrid, Navarra o País Vasco llevan clara ventaja.

Una de las causas de esa ralentización en la convergencia se debe a que el crecimiento de la productividad

El informe es contundente y en él puede leerse que Catalunya está perdiendo capacidad de liderazgo en el contexto de la economía española

durante estos últimos años ha sido muy débil, "claramente por debajo de la media europea". La intensa creación de puestos de trabajo y la moderación

salarial "podría haber frenado en cierta manera el ritmo de sustitución de trabajo por capital". Lo que provoca, en palabras de los autores del informe, que se abran algunos "interrogantes sobre el modelo de crecimiento económico de estos últimos años y sobre la viabilidad futura".

Consenso y eficacia

Ante este panorama nada halagüeño, la Cámara de Barcelona reclama a las fuerzas políticas y sociales un pacto para el progreso económico de Catalunya. En él, se tendrían que consensuar aquellas cuestiones esenciales básicas y tendría que ser "lo suficientemente específico, valiente y ambicioso

Inversión insuficiente

Son varios los datos y las propuestas que hacen de este estudio una interesante herramienta para la reflexión y el trabajo. Eso sí, la necesidad de consenso es más necesaria que nunca cuando, según datos oficiales del Ministerio de Economía, Catalunya ha pasado de recibir el 25 % de la inversión extranjera en 1999 al 13 % en 2002. Y lo mismo puede decirse de la inversión cata-

lana en el exterior. Es muy inferior al peso real de la economía catalana en el total español. Claro que para esa disfunción hay una respuesta convincente: la mayoría de inversión española han realizado las grandes empresas privatizadas, casi todas con sede social en Madrid.

como para hacer de Catalunya un referente de primera línea en la economía del conocimiento, en relación con el resto de España y de Europa".

Esta reclamación es fruto de una constatación. El modelo económico actual forma parte del pasado, basado en abundante mano de obra y tipos de interés muy bajos. La nueva economía apunta, en cambio, hacia otros derroteros, como son el crecimiento de la productividad y la acumulación de capital, tanto humano como tecnológico.

Para evolucionar sin traumas, con decisión y con éxito, los representantes cameral apuntan a que primero hay que resolver y afrontar una serie de cuestiones y que éstas "no pueden

ser moneda de cambio y estar sujetas a los vaivenes propios de la coyuntura política".

Entre las más importantes, destaca el encaje definitivo de Catalunya en

Frente a la mano de obra intensiva, el nuevo modelo económico apunta hacia el aumento de la productividad y la acumulación de capital humano y tecnológico

España, el problema del déficit fiscal, "que se ha de resolver pactando unos

criterios justos", o corregir otro déficit, "el de las infraestructuras, especialmente de transporte y comunicaciones".

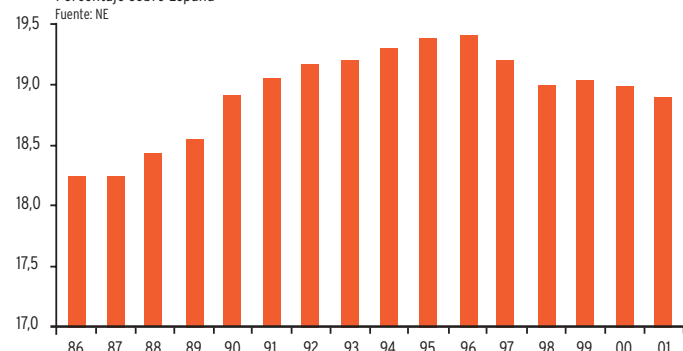
Autocrítica

El estudio también recoge una autocrítica sobre cómo se han hecho las cosas en Catalunya en los últimos años, ya que "no toda la responsabilidad es del déficit fiscal y del cuello de botella de las infraestructuras". En este sentido, compara "las actitudes, a veces, excesivamente patrimonialistas y defensivas de algunas empresas catalanas" frente a otras que han apostado por estudiadas estrategias de expansión y que "han sabido incorporar profesionalidad a la gestión".

P. C.

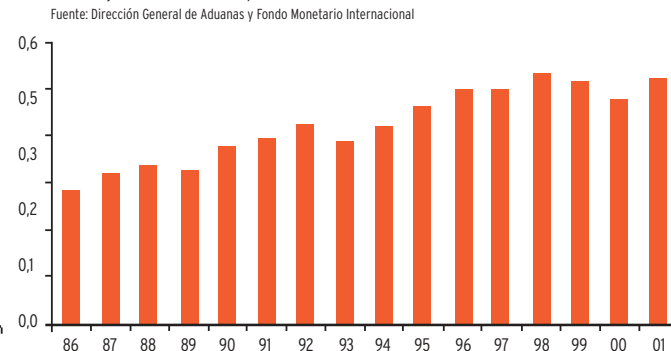
EVOLUCIÓN DEL PESO ECONÓMICO DE CATALUNYA, 1986-2001

Porcentaje sobre España
Fuente: NE



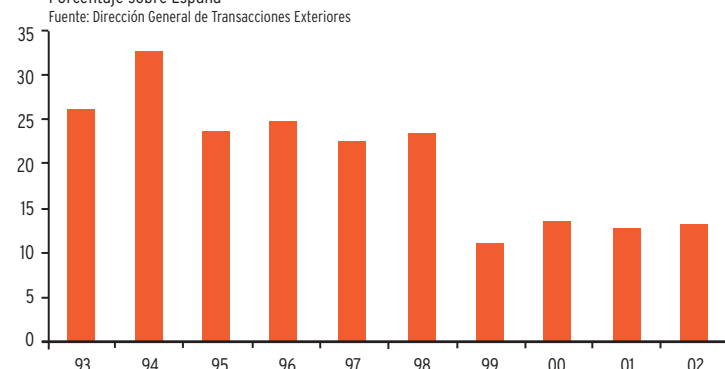
CUOTA DE EXPORTACIONES DE CATALUNYA, 1986-2001

Porcentaje sobre el total de exportaciones mundiales
Fuente: Dirección General de Aduanas y Fondo Monetario Internacional



INVERSIÓN EXTRANJERA EFECTIVA EN CATALUNYA, 1993-2002

Porcentaje sobre España
Fuente: Dirección General de Transacciones Exteriores



en **EUROPA**, con **GRUPO BANCO POPULAR**

comercioexterior@bancopopular.es

BANCO POPULAR

- United Kingdom
- Portugal
- France
- Belgique
- Italia
- Hrvatska
- Luxembourg
- Deutschland
- Schweiz
- Osterreich
- Nederland
- Rossija
- Jugoslavia
- Romania
- Magyarország
- Lietuva
- Polaka
- Ukrajina
- Slovenija
- Latvija
- Belgarija
- Ceska
- Slovenska

plataformas empresariales, el salto a la internacionalización

Ya se han puesto en marcha las primeras Plataformas empresariales: ocho oficinas, repartidas por medio mundo, dirigidas por especialistas en la iniciación a la exportación y a la espera de que empresarios catalanes decidan implantar su producción en la zona.

La Generalitat de Catalunya, a través del COPCA, quiere fomentar una nueva generación de multinacionales catalanas, incorporar nuevas empresas a los mercados exteriores y consolidar el uso de las nuevas tecnologías.

Para alcanzar su primer objetivo, la creación de 300 nuevas multinacionales catalanas, el COPCA ha puesto a disposición del empresario un instrumento que facilita la presencia continuada en el exterior, minimizando costes de implantación: las denominadas Plataformas empresariales.

El programa tiene previsto cubrir las principales áreas comerciales del mundo y estará en pleno funcionamiento a finales de año. Desde el pasado mes de julio ya están en marcha 8 de las 10 oficinas proyectadas: una oficina en Miami y otra en México D.F. para el área del NAFTA; en el Norte de África, una oficina en Casablanca y otra en El Cairo; una oficina en Beijing, la capital de China; una en Tokio y otra en

Las Plataformas cuentan con expertos que guiarán a los empresarios en todas sus decisiones para conseguir adaptar los productos a la identidad de cada país

Nueva Delhi para cubrir el área de Extremo Oriente y la India; y una oficina en Sao Paulo como central en América Latina.

Este proyecto se dirige especialmente a las 800 empresas catalanas que se encuentran en un proceso avanzado de internacionalización. Se trata de compañías que exportan alrededor del 50 % de su producción y tienen delegaciones comerciales en el exterior.

En qué consisten

La nueva herramienta ofrece una respuesta integral a las necesidades de los empresarios. En primer lugar, las Plataformas cuentan con expertos en el mercado de destino que guiarán a los interesados en todas sus decisiones para conseguir adaptar los productos a la identidad particular de cada país.

A la vez, para poder realizar un buen seguimiento, el COPCA ofrece tutorías individualizadas. En ellas se realiza el estudio de viabilidad de la implantación y la consolidación de la empresa y se aumenta la capacidad de control de las actividades a pesar de las distancias. Otros dos factores de gran ayuda son la disponibilidad de una oficina propia durante el primer año, y el uso de las infraestructuras tecnológicas necesarias para el desarrollo óptimo de las comunicaciones en el nuevo país.

Las Plataformas ofrecen también ayuda en la gestión. Asistencia para superar las barreras idiomáticas, legales y normativas que puedan dificultar la implantación en otro país.

Por último, en cada centro habrá un espacio de encuentro y aprendizaje. En él, las empresas harán intercambio de experiencias con interlocutores que se encuentren en la misma situación y obtendrán respuestas a sus problemas. Gracias a esta nueva iniciativa, desembarcar en otro país dejará de suponer una ardua tarea. La posibilidad de disponer de infraestructuras desde el primer momento facilitará el proceso de adaptación a las circunstancias específicas del nuevo mercado y permitirá que las empresas se concentren en las actividades que aporten un rendimiento directo, reduciendo tiempo y costes de penetración. Los clientes potenciales, a su vez, confiarán antes en un proveedor que está realizando un proyecto a largo plazo y al que pueden localizar siempre que quieran.

Las valoraciones de las empresas que ya han utilizado las Plataformas avalan el éxito de esta fórmula. Jordi Giró, *export manager* del Grupo Giró es sólo un ejemplo: "El hecho de que una persona

Este proyecto se dirige especialmente a las 800 empresas catalanas que se encuentran en un proceso avanzado de internacionalización

del COPCA estuviera introducida y absolutamente arraigada en aquella sociedad fue fundamental para nosotros. Sin esta ayuda probablemente también habríamos llegado donde estamos hoy, pero con mucho más tiempo y dificultades. La expansión en ese mercado fue espectacular".

Sira Abenoza

Para obtener más información sobre Plataformas empresariales:

Países de la ampliación de la Unión Europea
Tel. 93 484 96 15
europa@copca.com

Área NAFTA y América del Sur
Tel. 93 484 96 20
america@copca.com

China, Sureste asiático, Extremo Oriente e India
Tel. 93 484 96 50
asia@copca.com

África del Norte
Tel. 93 484 96 50
africa@copca.com

las cámaras reclaman infraestructuras que favorezcan el desarrollo económico catalán

Los representantes de las Cámaras de Comercio de Catalunya se reunieron este verano en Girona para estudiar cómo mejorar las infraestructuras y evitar que la falta o la insuficiencia de las mismas frene el desarrollo económico. La reunión se centró en tres puntos.

En primer lugar, se habló sobre las tasas que Alemania quiere imponer a los camiones que circulen por sus autopistas. Las Cámaras, alarmadas, consideran que este tipo de medidas es contrario al buen funcionamiento del libre mercado europeo. Y es que, el efecto que esta medida produciría en la economía española no es baladí, un 56 % del valor total de las exportaciones se hace por carretera y las tasas incidirían en su precio final restándoles competitividad en el mercado europeo.

Otro tema que preocupa a las Cámaras es la N-II. Por esta vía circulan cada vez más vehículos pesados y en un estudio del RACC se demuestra que esta carretera no está preparada para acoger la afluencia creciente de camiones. Aunque, de hecho, el conjunto de carreteras europeas tampoco lo está. Por ello, se están tomando iniciativas que promuevan la intermodalidad en el transporte, combinaciones entre carretera y ferrocarril o transporte marítimo.

Las Cámaras no quieren que Catalunya quede al margen de

estas transformaciones y, para mejorar las comunicaciones de sus puertos, tanto por carretera como por ferrocarril, proponen una conexión ferroviaria de ancho europeo para mercancías que conecte los puertos de Catalunya con la red comunitaria.

Ésta no fue la única reunión del pasado verano para hablar sobre infraestructuras. Las Cámaras Catalanas también se reunieron con las del Languedoc-Roussillon para unir esfuerzos y concretar medidas que solucionen los problemas que afectan a las dos regiones.

Los representantes camariales de ambos lados de la frontera coinciden en la preocupación por la falta de infraestructuras y quieren reunirse el próximo mes de noviembre en Narbona para plantear las acciones concretas a presentar a la Comisión Europea.

El objetivo es potenciar las comunicaciones entre ambos lados de los Pirineos: reclamar la construcción del TGV en el tramo de la frontera francesa-Nîmes, desdoblamiento de la N-II, ampliar la autopista Maçanet-Perpiñán, fijar plazos para la construcción del TAV... Un conjunto de medidas para estimular el crecimiento económico sostenible en Catalunya y el Languedoc.



PROGRAMA de ESTUDIOS en NEGOCIOS INTERNACIONALES 2003-2004

INSTITUTO DE EDUCACIÓN CONTINUA de la UNIVERSIDAD POMPEU FABRA

El programa de estudios aborda la problemática de las operaciones de comercio exterior y de inversiones en el extranjero y proporciona los instrumentos para diseñar, poner en marcha y gestionar una estrategia de internacionalización.

- Máster en *International Business*.
Especialización en Negocios con América Latina » 4ª edición (octubre 2003)
- Curso de posgrado en Negocios Internacionales.
Especialización en Negocios con Asia » (mayo 2004)
- Curso de posgrado en Negocios Internacionales.
Especialización en Negocios con Países de Europa del Este » (mayo 2004)
- Diploma de posgrado en Negocios Internacionales.
Especialidad Sector Textil » 2ª edición (enero 2004)

Los cursos pueden realizarse de manera independiente.
Para más información consultar la *web*:

www.upf.edu/idec

Promoción

Misiones directas

PERÚ, CHILE Cámara: Sector: Contacto:	19 AL 26 DE OCTUBRE Reus, Tarragona, Tortosa y Valls Multisectorial Sandra Masip (tel. 977 338 080) (smasip@cambrascats.es)
EGIPTO, LIBIA Cámara: Sector: Contacto:	OCTUBRE-NOVIEMBRE Sabadell, Terrassa, Manresa Multisectorial Vicenç Vicente (tel. 937 451 263) (vvicente@cambrasabadell.org)
BENELUX Cámara: Sector: Contacto:	NOVIEMBRE Sabadell, Terrassa, Manresa Multisectorial Mònica Espinós (tel. 937 451 263) (mespinos@cambrasabadell.org)
CANADÁ, EEUU Cámara: Sector: Contacto:	5 AL 16 DE NOVIEMBRE Reus, Tortosa, Tarragona y Valls Multisectorial Sandra Masip (tel. 977 338 080) (smasip@cambrascats.es)
SENEGAL Cámara: Sector: Contacto:	10 AL 14 DE NOVIEMBRE Barcelona Multisectorial Jaume Almirall (tel. 934 169 380) (jalmirall@mail.cambrascats.es)
AUSTRALIA Cámara: Sector: Contacto:	10 AL 14 DE NOVIEMBRE Girona Multisectorial Maribel Martínez (tel. 972 418 517) (maribelm@cambrascats.es)
JAPÓN Y COREA DEL SUR Cámara: Sector: Contacto:	15 AL 22 DE NOVIEMBRE Sabadell, Terrassa, Manresa Multisectorial Vicenç Vicente (tel. 937 451 263) (vvicente@cambrasabadell.org)
MÉXICO Cámara: Sector: Contacto:	23 AL 29 DE NOVIEMBRE Palamós y Tortosa Multisectorial Nuria Marín (tel. 972 314 077) (nmarin@cambrascats.es) Pilar Bellaubi (tel. 977 441 537) (pbellaubi@cambrascats.es)
CHINA Cámara: Sector: Contacto:	SEGUNDA QUINCENA DE NOVIEMBRE Tarragona Multisectorial Robert Barros (tel. 977 219 676) (rbarros@cambrascats.es)
CHINA, TAIWÁN Cámara: Sector: Contacto:	NOVIEMBRE-DICIEMBRE Sabadell, Terrassa, Manresa Multisectorial Vicenç Vicente (tel. 937 451 263) (vvicente@cambrasabadell.org)

ÉXICO, CUBA REP. DOMINICANA Cámara: Sector: Contacto:	24 NOVIEMBRE AL 5 DICIEMBRE Terrassa, Manresa, Sabadell Multisectorial Enric Vila (tel. 937 339 833) (evila@cambrascats.es)
---	--

Visitas a ferias

CONCRETA Lugar: Sector: Organiza: Contacto:	22-26 OCTUBRE Oporto (Portugal) Construcción Cámara de Sabadell Beatriz Melgar (tel. 937 451 263) (bmelgar@cambrasabadell.org)
MIDEST Lugar: Sector: Organiza: Contacto:	18-21 NOVIEMBRE París (Francia) Subcontratación Cámara de Sabadell Beatriz Melgar (tel. 937 451 263) (bmelgar@cambrasabadell.org)
BATIMAT Lugar: Sector: Organiza: Contacto:	3-8 NOVIEMBRE París (Francia) Construcción Cámara de Sabadell Beatriz Melgar (tel. 937 451 263) (bmelgar@cambrasabadell.org)
POLLUTEC Lugar: Sector: Organiza: Contacto:	2-5 DICIEMBRE París (Francia) Medio ambiente Cámara de Sabadell Beatriz Melgar (tel. 937 451 263) (bmelgar@cambrasabadell.org)

Encuentros empresariales

ENCUENTRO EMPRESARIAL EN COLONIA Lugar: Sector: Organiza: Contacto:	13 Y 14 DE OCTUBRE Colonia Alimentación, maquinaria y accesorios de envase y embalaje Cámara de Comercio de Barcelona Paola Cobos (tel. 934 169 383) (pcobos@mail.cambrascats.es)
III ENCUENTRO EMPRESARIAL ESPAÑA-CENTROAMÉRICA Lugar: Sector: Organiza: Contacto:	23 Y 24 DE OCTUBRE Panamá, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Nicaragua, Honduras Multisectorial Cámara de Comercio de Castellón, Barcelona, Madrid, Navarra Arantxa Gil (tel. 964 356 500) (peugeni@camaracs.es)

Participación en ferias

V EXPOSICIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS ESPAÑOLES Lugar: Sector: Organiza:	8, 9 Y 10 DE OCTUBRE Ghana Multisectorial Cámara de Comercio de Sabadell, Canarias
--	---

Contacto:	Beatriz Melgar (tel. 937 451 263) (bmelgar@cambrasabadell.org)	EPM Lugar: Sector: Organiza: Contacto:	2-5 DICIEMBRE Hanoi (Vietnam) Industrial Cámara de Sabadell Beatriz Melgar (tel. 937 451 263) (bmelgar@cambrasabadell.org)
EXPO ACCRA 2003 Lugar: Sector: Organiza: Contacto:	8-10 OCTUBRE Accra (Ghana) Multisectorial Cámara de Sabadell Beatriz Melgar (tel. 937 451 263) (bmelgar@cambrasabadell.org)		

FIHAV'03 Lugar: Sector: Organiza: Contacto:	2-9 NOVIEMBRE La Habana (Cuba) Multisectorial Cámara de Sabadell Beatriz Melgar (tel. 937 451 263) (bmelgar@cambrasabadell.org)	FORMACIÓN SEMINARIOS CÓMO NEGOCIAR EN EL COMERCIO INTERNACIONAL Lugar: Contacto:	6 AL 27 DE OCTUBRE Cámara de Comercio de Reus Sandra Masip (tel. 977 338 080)
		FISCALIDAD INTERNACIONAL Lugar: Contacto:	3 AL 17 DE NOVIEMBRE Cámara de Comercio de Reus Sandra Masip (tel. 977 338 080)

Exposición de catálogos FIHAV'03 Lugar: Sector: Organiza: Contacto:	2-9 NOVIEMBRE La Habana (Cuba) Multisectorial Cámara de Sabadell Beatriz Melgar (tel. 937 451 263) (bmelgar@cambrasabadell.org)	JORNADAS AUSTRALIA EXPORT Lugar: Contacto:	1 OCTUBRE Casa Asia John Rochlin (tel. 93 201 62 66)
--	---	---	---

Consejos para el exportador

<http://www.reexporta.com>

Al suscribirse a este portal de Internet, una pantalla de expertos le ofrecerá cada quince días, consejos prácticos para la exportación. Temas como la información sobre aduanas, contratación, transporte y fiscalidad internacional, que le puede ser de gran ayuda en su gestión diaria de un departamento de exportación.

Invertir en Turquía

<http://www.estambul-online.com/negocios.htm>

Si está pensando en invertir en Turquía, este portal le ofrece una breve radiografía de la situación económica y política del país, las oportunidades de negocio, y también información práctica sobre los bancos, hoteles, restaurantes...

Nueva publicación sobre relaciones internacionales

<http://www.iberglobal.com/redri/formulario-de-ajp>

La nueva *Revista Electrónica de Relaciones Internacionales* surge de la colaboración entre el Instituto Complutense de Estudios Internacionales (ICEI) y Redri, que quiere contribuir al debate sobre las grandes cuestiones de política internacional y ofrecer una selección de documentos disponibles en Internet que sean de interés para las personas interesadas en las relaciones internacionales. Lo puede consultar a esta dirección de Internet:



A continuación se relaciona una selección de los avisos de contratos para proyectos financiados por bancos de desarrollo. Para información más detallada acerca de los proyectos y la documentación necesaria para presentar ofertas, contactar con Ana Alós, responsable de proyectos, Fundación Barcelona Promoción (FBP) (tel.: 934 169 368, c/e: aalos@mail.cambrabcn.es) o bien consultar la página web: www.cambrabcn.es/comext.

Colombia - Carreteras

Provisión de servicios de consultoría y asistencia técnica en el marco del programa de desarrollo vial y fortalecimiento institucional de las carreteras colombianas. No se especifica fecha límite para la presentación de ofertas. La persona de contacto es: Dra. Juana Laverde, Directora Planeación Departamental. Gobernación de Cundinamarca. Calle 26, N° 47-73, Torre Central, 5° Piso. Bogotá, Colombia. Tel.: (571) 426 0564. Fax: (571) 426 1099. C/e: jlaverde@cundinamarca.gov.co. N° convocatoria: IDB225-611/03.

Croacia - Construcción

Solicitud de obras y servicios de consultoría para un proyecto de construcción del tramo de carretera: Zupanja-Lipovac (29,43 km) en Croacia. No se especifica fecha límite para la presentación de ofertas. La agencia de contacto es: Hrvatske autoceste d.o.o. Attn: Mr. Igor Guja. Voncina 2. 10000 Zagreb. Croacia. Tel.: (385 1) 4694 436. Fax: (3851) 4694 542. C/e: igor.guja@hac.hr. N° convocatoria: EBRD23-611/03.

Ghana - Carreteras

Provisión de obras civiles y servicios de consultoría (precontrato y supervisión de las obras y auditoría externa del proyecto) para la mejora de la carretera Akatsi-Dzodze-Noepe. No se especifica fecha límite para la presentación de ofertas. La agencia de contacto es: Ghana Highway Authority. Attn: Chief Executive. Head Office, PO Box 1641. Accra, Ghana. Tel.: (233 21) 666 591/4. Fax: (233 21) 665 571. Telex: 2359 HIWAYS GH. N° convocatoria: AfDB96-611/03.

Pakistán - Agricultura

Suministro de bienes, obras y servicios de consultoría en el marco del Proyecto de administración del agua para "sindh-on farms". No se especifica fecha límite para la presentación de ofertas. La agencia de contacto es: Director General. Agricultural Engineering and Water Management Government of Sindh. Shahbaz Bldg., Block, 2nd floor. Hyderabad, Sindh, Pakistan. Tel.: (92 221) 920 0045. Fax: (92 221) 920 0052. N° convocatoria: WB1498/612/03.

China - Agricultura

En el marco del proyecto de modernización de la agricultura integrada de Jiangxi se prevé la provisión de servicios de irrigación y drenaje, mejora de la producción de las granjas, desarrollo de sistemas de mercado. También se prevé el suministro de vehículos y servicios de consultoría (diseño técnico, supervisión de la construcción, formación...). No se especifica fecha límite para la presentación de ofertas. La persona de contacto es: Mr. Yuan Jinmu, Director. Jiangxi Provincial Agriculture Foreign Fund Utilizing Office. Jiangxi Province. 12 Fl. Provincial Planning Commission bldg. West 2Rd., Provincial Government compound. Nanchang 330046 China. Tel.: (86 791) 621 1851. Fax: (86 791) 621 2873. C/e: Jaffo@public.nc.jx.cn. N° convocatoria: WB1500-612/03.

China - Energía

Suministro de turbinas de viento (incluyendo torres), recambios, herramientas especiales, sistema de monitorización y control remoto; provisión de diseño y supervisión de la instalación y demás servicios técnicos. La fecha límite de presentación de las ofertas es el 12 de noviembre de 2003. La agencia de contacto es: China International Tendering Company. Attn. Mrs. Zhang Yanling. North Bldg. Of Jiuling Daxia. N° 21 xisanhuan Beilu. Beijing 100089 China. Tel.: (86 10) 6840 4005. Fax: (86 10) 6840 4833. N° convocatoria: WB1576-612/03.

Zambia - Sector social

Suministro de bienes, obras y servicios en el marco del Proyecto de inversión social de Zambia, como por ejemplo: suministro e instalación de sistemas solares para el alumbrado, de mobiliario de centros de salud y escuelas, de vehículos de motor y de equipamiento médico. No se especifica fecha límite para la presentación de ofertas. La persona de contacto es: The Programme Director. Mr. Cosmas B. Mambo. Zambia Social Investment Fund. Ministry of Finance and National Planning. Kambendekela House, Dedan Kimathi Rd., Near Inter City Bus Stop. PO box 31559. Lusaka, Zambia. Tel.: (260 1) 226 201, 226 207. Fax: (260 1) 226 195. C/e: zamsif@zamsif.org. N° convocatoria: WB1534-612/03.

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@cambrescat.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

Demanda Comercial

Agrícola-Canadía-Pesca

ARGENTINA

M. MALKI MOHAMED
59 Hai Terrain Daoudi - Mansourah
WILAYA DE TLEMCCEN 13
Ref.: 200307001

Alimentación-Bebidas

ACEITE DE OLIVA

Canadá
GOLDEN IMPEX ENTERPRISE
P.O. Box 164
MONTREAL-QUEBEC H4K2
Mr. Ali Zahabi
Tel.: 1 514 7314545
Tel.: 1 514 7310015
Ref.: 200306189

ACEITES P. USO ALIMENTARIO

Países Bajos
SMALL TRADING B.V.
Lireweg 98
2153 PH NIEUW-VENNEP
Tel.: 31 252 620375
Fax: 31 252 374402
info@smalltradingbv.com
Ref.: 200307017

CHAMPIONES

Bulgaria
ADELA LTD.
3, Panteley Genov Str.
4003 PLOVDIV
Tel.: 359 32 962173
Fax: 359 32 962174
www.adelafood.com
sales@adelafood.com
Ref.: 200307007

CHOCOLATE Y PASTELERÍA

Rep. de Corea
HAND TRADING CO.
282-11 Yatopdong Bunddanggu
Sungnam Kyun
GYEONGGI-DO 463070
Tel.: 82 31 7046435
Fax: 82 31 7056434
Ref.: 200306194

FRUTAS Y VERDURAS

Países Bajos
IMPACTO
Zinkowerf 21-23
2544 EC DEN HAAG
Tel.: 31 70 3062838
Fax: 31 70 3061460
info@impactpl.nl
Ref.: 200307015

OREJAS DE CERDO

Canadá
S. BURKE COMMUNICATIONS
3300 Highway 7 Suite 800
VAUGHAN, ONTARIO
Mr. Steve Burle
Tel.: 1 905 7601600
Fax: 1 905 7600024
Ref.: 200307011

PIERNAS DE CERDO

Canadá
WORLD LINE CENTRE D'AFFAIRES
6767 Cote des Neiges Suite 400 F
MONTREAL-QUEBEC H3S2
Mr. Komi Seddoh
Tel.: 1 514 9060994
Fax: 1 514 9060994
Ref.: 200306192

TOMATES, ESPÁRRAGOS, ETC.

Paraguay
TELE TÉCNICA SA
Hermanitarias, 721
ASUNCIÓN
Lic. Darío Turrini
Tel.: 595 21 490788
Fax: 595 21 490789
dturrini@uca.edu.py
Ref.: 200308005

VERDURAS FRESCAS

Reino Unido
SOLWAY VEG
Empire Way, Greta
DUMFRIESHIRE DG16 5
Mr. Simon Blair
Tel.: 44 1461 337239
Fax: 44 1461 338436
simon.blair@solwayveg.co.uk
Ref.: 200308009

VINOS, LICORES, CARNE

Costa de Marfil
IMPEXIVOIRE
18 BP 3186
ABIDJAN 18
Tel.: 225 21 351733
Fax: 225 21 351733
Ref.: 200306195

Artesanía-Joyería-

Regalo-Ocio

ARMAS DE COLECCIÓN

Túnez
STÉ STAS
TUNIS
Mr. Jamel Besbes
Tel.: 216 71 962841
Fax: 216 71 963830
Ref.: 200305031

EQUIPOS PARA DEPORTES

Francia

AMATSPORT
Tel.: 33 3 20684435
Fax: 33 3 20684440
amatsportdiffusion@amatsport.net
Ref.: 200305116

JUGUETES Y REGALOS

Arabia Saudí

PRINCE MUSAAD BIN JALAWI
Musaad Bin Jalawi Trade Point, 1-3,
Bin
RIYADH-I1421
Tel.: 966 3 85732122
jordan@pinetmail.com
Ref.: 200305295

RELOJES DE PULSERA

Pakistán

UWATCH TRADERS
32-Khadim Ali Road, Model Town
SIALKOT
Mr. M Haseeb Zafar
Tel.: 92 432 550747
themiansgroup@hotmail.com
Ref.: 200305008

Automoción-Naval-

Aeronáutica

AERONAVES

India

PAN INDIA CONSULTANTS PVT. LTD.
105, Phase IV, Udyog Vihar, Haryana
GURGAON 122015
Mr. A R Bhattacharya
Tel.: 91 124 2342062
Fax: 91 124 2342880
www.panindiagrroup.com
panind@bol.net.in
Ref.: 200305194

COMPONENTES DE AUTOMOCIÓN

Rumanía

AMEXIM CAR '94
B-dul Bucarestii Noi 115
BUCAREST
Mr. Marius Dragu
Tel.: 40 21 6687509
Fax: 40 21 6687509
www.amexim.ro
amexim@k.ro
Ref.: 200305199

REPUESTOS AUTOMÓVILES

Polonia

MARCO SERVICE MAREK SMOLAR-
CZYK
Ul Pakosz 53
25040 KIELCE
Mrs Edyta Smolarczyk
Tel.: 48 41 361856
Fax: 48 41 3711856
narco@kielce.com
Ref.: 200305041

Construcción-

Electricidad

CEMENTO GRIS

Estados Unidos

CONSTRUCCIÓN - ELECTRICIDAD

ALTA MAR TRADING CORP.

51 Huntington Meadow

ROCHESTER NY 14805

Tel.: 1 585 2020105

Fax: 1 585 2641644

altamar@codral.net.do

Ref.: 200306198

MEDIDORES DIGITALES

Emiratos Árabes Unidos

PRESTIGE SUPPLY AND SERVICES

P.O. Box 51897

ABU DHABI

Mr. Abdul Jaleel

Tel.: 971 2 6777500

Fax: 971 2 6772000

Ref.: 200306196

Electrónica-

Informática

ORDENADORES Y TELÉFONOS

Benín

SPECIFIC INTERNATIONAL

Specific Ind. Bldg. Carre N° 999

Aidjedo

COTONOU

Mr. Shah Adele

Tel.: 229 931554

Fax: 229 931554

specificintl@yahoo.com

Ref.: 200306183

VIDEOJUEGOS

Canadá

SUNSHINE IMPORTS

564 Gatensbury St.

COUITLAM BC V3J7B2

Mr. Asim Uqaili

Tel.: 1 604 9365698

Fax: 1 604 6085431

Ref.: 200306191

Hogar-

Electrodomésticos

ATRAPAMOSCAS ECOLÓGICOS

Benín

CARIBBEAN RESEARCH & DEVELOP-

MENT

P.O. Drawer 9237

33310-9237 FT. LAUDE

Mr. John T. Carlson Jr

Tel.: 1 954 7828978

Fax: 1 954 5650526

Ref.: 200307014

Metálico-Bienes

de equipo

ACERO GALVANIZADO

Canadá

LATITUDES VENTURES INC.

47 Ingram Drive

TORONTO ON. M6M2L7

Mr. George Melnyk

Tel.: 1 416 2410224

Fax: 1 416 2413124

Ref.: 200306190

MAQUINARIA INDUSTRIAL

Benín

SPECIFIC INTERNATIONAL

Specific Ind. Bldg. Carre N° 999

Aidjedo

COTONOU

Mr. Shah Adele

Tel.: 229 931554

Fax: 229 931554

specificintl@yahoo.com

Ref.: 200306184

MAQUINARIA PARA BALDOSAS

Argelia

LINASA. SPA

75 Av. Chakib Arsan

31000 ORAN

M. A. M. Djellal

Tel.: 213 41 345442

Fax: 213 41 342719

Ref.: 200307000

MAQUINARIA PARA PAJITAS

Reino Unido

COSMOS STARS LTD.

183 A, Cranbury Rd.

EASTLEIGH SO50 5HH

Mr. Joseph Bunni

Tel.: 44 23 80653951

Fax: 44 23 80653952

www.sw365.com/co/

joebunni@btconnect.com

Ref.: 200308008

MENAJE

Slovenia

TOMARK D.O.O.

Dolenjska c. 184

100 LJUBLJANA

Ms. Mojca Griaer

Tel.: 386 1 4274202

share@africaonline.co.ke

mojca.griaer@tomark.si

Ref.: 200307013

PLATOS DE CRISTAL

Mauricio

L. F. LA VICTOIRE

P.O.Box 362

Tel.: 230 2124526

Fax: 230 2124526

Ref.: 200308003

Hospitalario-

Colectividades

EQUIPOS DEPORTIVOS

Australia

SOLAR INTERNATIONAL PTY. LTD.

Unit 3 / N°4, Chelmsford Ave.

Bankstown

SYDNEY NSW 2200

Tel.: 61 2 97098220

Fax: 61 2 97098220

Ref.: 200306182

MATERIAL MÉDICO

Arabia Saudí

AL-HADHARA MEDICAL SHOWROOM

P.O. Box 52193

11563 RIY

Los siguientes anuncios han sido publicados en la serie "S" del *Diario Oficial de las Comunidades Europeas*. Para más información sobre éstas y otras convocatorias, contactar con Euro InfoCentre de la Cámara de Comercio de Barcelona, tel. 902 448 448, fax 934 160 735 o bien consultar la página web: www.cambrabcn.es/euroinfo.



LICITACIONES	LUGAR	FECHA LÍMITE	CÓDIGO
Estudios diversos	B-Bruselas	14/10/03	2003/S 128-114416
Phare - Bucovina, Centro económico de Suceava	RO-Bucarest	13/10/03	2003/S 132-118125
ISPA - Optimización del tramo de ferrocarril Zabreh na Morave - Krasikov	CZ-Praga	30/11/03	2003/S 134-120114
Contrato de suministros para el equipamiento de doce lagos colindantes	TN-Siliana	7/10/03	2003/S 135-121023
MEDA - Contrato de suministro de plantones frutales para el proyecto: Desarrollo rural participativo en el Atlas Medio Central (Proyecto Khénifra)	MA-Khénifra	13/10/03	2003/S 153-138773
PERD - Suministro y entrega de kits didácticos para la primera infancia	ZA-Pretoria	9/10/03	2003/S 153-138774
Phare - PL 2002/000-580.06.26 Pomorskie - Aumento del atractivo para la inversión en Leborg	PL-Dánzig	17/11/03	2003/S 153-138779
Phare - PL 2002/000-580.06.26 Pomorskie - Aumento del atractivo para la inversión en Leborg	PL-Dánzig	17/11/03	2003/S 153-138779
Acceso a la profesión de transportista por carretera: revisión de los actuales acuerdos en los Estados miembros y en los países candidatos a la adhesión	B-Bruselas	3/10/03	2003/S 153-138857
Cards - Suministro de componentes a largo plazo para la Unidad A5 de la central Nikola Tesla (308 MW)	YU-Belgrado	13/10/03	2003/S 154-139716
Phare - Prevención, reducción y lucha contra el crimen organizado.			
Suministro de salas de audiencia con equipamiento de protección de testigos	LV-Riga	13/10/03	2003/S 155-140840
Phare - Suministro de equipo de laboratorio para la Administración veterinaria y alimentaria de Eslovaquia	SK-Bratislava	24/10/03	2003/S 155-140842
Phare - Construcción de puestos de inspección fronterizos: creación de puestos de inspección fronterizos veterinarios y fitosanitarios en los cruces fronterizos ferroviarios de Eperjeske, Kelebia, Gyékényes, y reconstrucción y ampliación del edificio del laboratorio central para el diagnóstico de la peste en NTKSZ, Budapest	HU-Budapest	14/10/03	2003/S 155-140844
ISPA - 2000/PL/16/P/PE/009-01 Extensión y modernización de la planta de tratamiento de aguas residuales de Przemysl	PL-Varsovia	14/11/03	2003/S 155-140847
Impacto económico, medioambiental y social del cierre anticipado de las unidades VVER 440 de la central nuclear de Kozloduy (Bulgaria): evaluación de las consecuencias, preparación de los elementos de un plan que atenúe las consecuencias identificadas	B-Bruselas	3/10/03	2003/S 155-140900
FED - Apoyo al sector de la vivienda para personas con bajos ingresos	GY-Georgetown	21/10/03	2003/S 156-141751
Obras de mantenimiento pesado de la carretera Yaoundé - Ayos	CM-Yaoundé	19/12/03	2003/S 156-141752
Phare - Compra e instalación de controles de instalaciones de calefacción y de sistemas de distribución de los costes de la calefacción	RO-Bucarest	20/10/03	2003/S 156-141761
Servicios de guardias de seguridad	PK-Islamabad	10/10/03	2003/S 156-141802
MEDA - Adquisición e instalación de hardware y de software para el Sistema Nacional de Información Geocientífica de la Dirección de Geología de Marruecos y formación relacionada	MA-Rabat	20/10/03	2003/S 157-142830
Phare - Elblag Circunvalación Este - reconstrucción de la intersección de carreteras del Este de Elblag PL 01.06.08.01	PL-Olsztyn	17/11/03	2003/S 157-142836
Phare - Suministro de hardware y software para formación, análisis y certificación de profesionales del mar y personal de puerto y software para la Inspección de Seguridad Marítima	LV-Riga	20/10/03	2003/S 157-142840
Phare - Compra de hardware y software	RO-Bucarest	20/10/03	2003/S 157-142841
Acondicionamiento de salas de videoconferencia (STUDIOS 2003)	L-Luxemburgo	29/9/03	2003/S 157-142880
Revisión por expertos del modelo de transporte TREMOVE en cuatro países candidatos a la adhesión	B-Bruselas	6/10/03	2003/S 157-142888
Estudio sobre la aplicación de la Directiva 94/62/CE relativa a los envases y residuos de envases y opciones para reforzar la prevención y la reutilización de envases	B-Bruselas	6/10/03	2003/S 157-142891
Producción, distribución, promoción y evaluación de cinco reportajes de vídeo (video news release - VNR)	B-Bruselas	3/10/03	2003/S 157-142894
Metabolismos materiales de las existencias físicas	B-Bruselas	7/10/03	2003/S 157-142900
MEDA - Adquisición de material y mobiliario médico técnico para 19 centros de salud y material de cuidados sanitarios para 5 hospitales	MA-Oujda	17/10/03	2003/S 158-143903
Phare - Red de información judicial - Parte II - Ordenadores personales, impresoras, faxes y servidores destinados al Ministerio de Justicia de la República Checa	CZ-Praga	3/11/03	2003/S 158-143910
Cards - Reforma del poder judicial - Suministro de equipo de TI para los tribunales, Montenegro (Serbia y Montenegro)	YU-Podgorica	20/10/03	2003/S 158-143911
Obnova/Cards - Minas de carbón en Kosovo: equipo administrativo y técnico de TI	YU-Pristina	20/10/03	2003/S 158-143912
Phare - Mejora de la protección de las fronteras; equipo técnico especial de la policía de extranjería y fronteras	CZ-Praga	10/11/03	2003/S 158-143913
Tacis - Rehabilitación de centrales hidráulicas en Armenia	B-Bruselas	31/10/03	2003/S 158-143914
Phare - Prevención, lucha y reducción del crimen organizado. Suministro de equipo para clases de formación	LV-Riga	6/10/03	2003/S 158-143915
Phare - Adquisición de equipo para una base de datos centralizada que fortalezca la capacidad de Rumanía en la reestructuración la industria pesquera y la acuicultura	RO-Bucarest	24/10/03	2003/S 158-143916
Disponibilidad de herramientas de interpretación e información sobre el ciclo de vida	B-Bruselas	17/10/03	2003/S 158-143977
Inventario y análisis comparativo de los enfoques, métodos y prácticas de la evaluación de riesgos impuestos por los productos de consumo no alimentarios e identificación de las mejores prácticas en este ámbito	B-Bruselas	15/10/03	2003/S 158-143978
Sitio de Internet sobre las herramientas y servicios de evaluación del ciclo de vida y los datos del inventario del ciclo de vida en apoyo de la política europea de producto integrado	B-Bruselas	10/10/03	2003/S 158-143979
Material informático, software, red y cableado	SN-Dakar	1/12/03	2003/S 159-145152
Suministro de vehículos	SN-Dakar	1/12/03	2003/S 159-145153
Phare-Sistema de seguridad alimentaria. Equipo de laboratorio para la realización de ensayos alimenticios	PL-Varsovia	20/10/03	2003/S 159-145156
ISPA-Rehabilitación del tramo Drobeta Turnu Severin-Lugoj de la carretera nacional nº 6, km 332+150-km 495+800	RO-Bucarest	30/10/03	2003/S 159-145160

LICITACIONES	LUGAR	FECHA LÍMITE	CÓDIGO
Phare - PL0104.05.01 Sistema de control de pienso; suministro de equipo de laboratorio	PL-Varsovia	20/10/03	2003/S 159-145162
Evaluación ex post de una muestra de proyectos cofinanciados por el Fondo de Cohesión (1994-2002)	B-Bruselas	1/10/03	2003/S 159-145218
Asistir al colegio de auditores en las tareas de verificación de las cuentas y de la gestión financiera de la Oficina Europea de Patentes	D-Munich	14/11/03	2003/S 159-145220
Vehículos todo terreno	ML-Bamako	29/11/03	2003/S 160-146421
MEDA - Suministro de equipo para la recogida, transporte y eliminación de residuos sólidos en Cisjordania	B-Bruselas	24/10/03	2003/S 160-146422
Phare - Mejora del sistema de información y de la infraestructura del hardware, del software y de las comunicaciones, apoyo al Ministerio de Hacienda en Rumanía	RO-Bucarest	3/10/03	2003/S 160-146425
Phare - Mejora de la inversión y del atractivo turístico a través de la solución de los problemas de gestión de residuos en el área de Krosno	PL-Krosno	25/11/03	2003/S 160-146430
PUMAS - Adquisición y gestión de software	B-Bruselas	6/10/03	2003/S 160-146462
Sanciones de carácter no penal en los casos de incumplimiento de la legislación medioambiental comunitaria en algunos países candidatos	B-Bruselas	3/10/03	2003/S 160-146464
Evaluación del Programa de subvenciones trienal: acciones transfronterizas en el ámbito del control del mercado (2000-2003)	B-Bruselas	2/10/03	2003/S 160-146468
Desarrollo de un portal para la coordinación de la Seguridad Social para los trabajadores migrantes	B-Bruselas	12/10/03	2003/S 160-146469
MEDA - emed-tds.com - 15 países MEDA en el marco del programa EUMEDIS	I-Roma	27/10/03	2003/S 161-147357
MEDA - Suministro e instalación de mástiles para meteorología, registradores de datos, sistemas de comunicación y software	SY-Damasco	15/11/03	2003/S 161-147359
ALA - Asistencia técnica para el proyecto de energía renovable	B-Bruselas	30/9/03	2003/S 161-147360
Phare - RO 0103.03 Protección de las marismas y de las zonas pantanosas del Danubio; proyecto piloto para la zona de los islotes de Cama Dinu	RO-Bucarest	23/10/03	2003/S 161-147365
Phare - Control integrado de la costa rumana del Mar Negro, entre Midia y Vama Veche - RO 0103.02-02 componente de laboratorio y supervisión, RO 0103.02-03 componente de barco	RO-Bucarest	21/10/03	2003/S 161-147367
Desarrollo de indicadores de satisfacción de los consumidores; encuesta relativa a la satisfacción de los consumidores	B-Bruselas	16/10/03	2003/S 161-147418
Phare - Suministros para los puestos de inspección veterinaria (BIP)	HU-Budapest	27/10/03	2003/S 162-148335
Phare - PL0102.05.02 Política de la competencia y protección del consumidor - Equipo TI y de laboratorio para la inspección del comercio y la Oficina de la Competencia y Protección del Consumidor	PL-Varsovia	27/10/03	2003/S 162-148338
Estudio de seguimiento sobre la posible introducción de un seguro de litigios en materia de patentes en la UE	B-Bruselas	6/10/03	2003/S 162-148403
Evaluación: artículo 2c) de la Decisión nº 283/1999/CE	B-Bruselas	3/10/03	2003/S 162-148404
Estudio de impacto	B-Bruselas	1/10/03	2003/S 162-148405
Mercado interior de los productos industriales. Mejor opción de enfoque en materia legislativa	B-Bruselas	2/10/03	2003/S 162-148406
Estudio relativo al precio de los medicamentos huérfanos	B-Bruselas	20/10/03	2003/S 162-148407
Elaboración de una metodología estadística para la realización de encuestas sobre los precios de servicios ofrecidos a los consumidores en Europa	B-Bruselas	4/10/03	2003/S 162-148408
Análisis y definición de las características comunes de las marcas de confianza y de los sellos web en la Unión Europea	B-Bruselas	4/10/03	2003/S 162-148410
Phare - PL0105.02.01 Puesta en práctica de la red Natura 2000 en Polonia; suministro de equipo de TI y software	PL-Varsovia	27/10/03	2003/S 163-149214
Phare - Suministro de un sistema de información para las unidades administrativas que se encargan de fomentar la aplicación legislativa en la Administración de Aduanas Eslovaca	SK-Bratislava	3/11/03	2003/S 164-150130
Phare - Suministro de equipo de TI y software para la aplicación del Nuevo Sistema de Tránsito Informatizado (NSTI) en el nivel de la Administración de aduanas rumana	RO-Bucarest	27/10/03	2003/S 164-150132
Prestación de servicios médicos y paramédicos en guarderías	L-Luxemburgo	15/10/03	2003/S 164-150192
Suministro y mantenimiento de un sistema de control por vídeo de vigilancia exterior	E-Alicante	13/10/03	2003/S 164-150194
Contrato marco de compra de vehículos blindados para las delegaciones de la Comisión Europea en los países terceros	B-Bruselas	10/10/03	2003/S 164-150195
Estudio relativo a las políticas económicas de los servicios postales	B-Bruselas	10/10/03	2003/S 164-150196
Mantenimiento de los servicios eléctricos	IRL-Dublín	6/10/03	2003/S 164-150197
Prestación de servicios de seguridad	IRL-Dublín	6/10/03	2003/S 164-150198
Prestación de servicios de limpieza de oficinas y ventanas	IRL-Dublín	6/10/03	2003/S 164-150199
Contrato relativo a la creación de un registro independiente de transacciones tal como lo requiere la posición común (15792/02) por la que se establece un régimen para el comercio de derechos de emisión de gases de efecto invernadero	B-Bruselas	9/10/03	2003/S 164-150201
Estudio relativo a los desarrollos principales en el sector postal europeo	B-Bruselas	10/10/03	2003/S 164-150202
Acuerdo de servicios de red IP	NL-La Haya	13/10/03	2003/S 164-150203
FED - Suministro y entrega de vehículos a motor	ET-Addis Abeba	3/11/03	2003/S 165-150982
ISPA - Suministro de equipo para la planta de producción de compost en contenedores de Barycz, en conformidad con el proyecto Tratamiento de residuos sólidos - Cracovia; fase I, contrato nº II/B	PL-Krakow	28/10/03	2003/S 165-150984
Suministro y mantenimiento de un calorímetro "drop" de alta temperatura	D-Karlsruhe	10/10/03	2003/S 165-151047
Alimentación y actualización de la base de datos Bruxelles I con los juicios realizados por el Tribunal de Justicia y los tribunales de los Estados miembros	B-Bruselas	13/10/03	2003/S 165-151048
Control del tabaco en Europa - Progreso en la Comunidad Europea, en los Estados miembros, en los 10 países candidatos a la adhesión y en los países AELC durante los últimos 20 años, desafíos actuales y opciones futuras	L-Luxemburgo	10/10/03	2003/S 165-151049
Estudio del acervo comunitario en materia de protección del consumidor en el sector turístico	B-Bruselas	1/10/03	2003/S 165-151052
Explotación de servicios aéreos regulares	F-Saint-Étienne	2/10/03	2003/S 165-151054
Explotación de servicios aéreos regulares	F-Saint-Étienne	2/10/03	2003/S 165-151055
Explotación de servicios aéreos regulares	F-Saint-Étienne	2/10/03	2003/S 165-151056
Explotación de servicios aéreos regulares	F-Saint-Étienne	2/10/03	2003/S 165-151057
ALA - Equipo para facultades de medicina	VN-Hanoi	4/11/03	2003/S 166-151801
Phare - Sistema de formación general destinado a los funcionarios de autonomías territoriales	CZ-Praga	14/11/03	2003/S 166-151805
Desarrollo de indicadores del rendimiento de la sanidad pública en el sector farmacéutico	L-Luxemburgo	10/10/03	2003/S 166-151872
Revisión, evaluación y análisis de los retos sanitarios en los países candidatos	L-Luxemburgo	10/10/03	2003/S 166-151874
Evaluación y análisis del impacto del proceso de ampliación sobre la sanidad en los 10 países candidatos a la adhesión	L-Luxemburgo	10/10/03	2003/S 166-151875



Reglamento (CE) nº 1202/2003 de la Comisión, de 4 de julio de 2003, por el que se establecen medidas transitorias resultantes de la adopción de medidas de carácter autónomo y transitorio sobre la exportación de determinados productos agrícolas transformados a Eslovaquia, Eslovenia, Estonia, Hungría, Letonia, Lituania y la República Checa. DOCE L-168 de 5.7.2003.

Reglamento (CE) nº 1211/2003 del Consejo, de 7 de julio de 2003, relativo a la modificación del Reglamento (CE) nº 1081/2000 por el que se prohíbe la venta, suministro y exportación a Birmania/Myanmar de equipos que pudieran utilizarse para la represión interior o en acciones de terrorismo, y por el que se congelan los capitales de determinadas personas relacionadas con importantes funciones gubernamentales en dicho país. DOCE L-169 de 8.7.2003.

Reglamento (CE) nº 1213/2003 de la Comisión, de 7 de julio de 2003, por el que se modifica el anexo I del Reglamento (CE) nº 304/2003 del Parlamento Europeo y del Consejo relativo a la exportación e importación de productos químicos peligrosos. DOCE L-169 de 8.7.2003.

Reglamento (CE) nº 1214/2003 de la Comisión, de 7 de julio de 2003, por el que se modifica el Reglamento (CE) nº 2368/2002 por el que se aplica el sistema de certificación del proceso de Kimberley para el comercio internacional de diamantes en bruto. DOCE L-169 de 8.7.2003.

Reglamento (CE) nº 1224/2003 de la Comisión, de 9 de julio de 2003, relativo a la clasificación de ciertas mercancías en la nomenclatura combinada. DOCE L-172 de 10.7.2003.

Reglamento (CE) nº 1225/2003 de la Comisión, de 9 de julio de 2003, por el que se inicia un procedimiento de reconsideración para "un nuevo exportador" del Reglamento (CE) nº 1600/1999 del Consejo por el que se establecen derechos antidumping definitivos sobre las importaciones de alambre de acero inoxidable de diámetro igual o mayor de 1 mm originario de la India, y por el que se deroga el derecho aplicable a las importaciones de un exportador de este país y se someten a registro dichas importaciones. DOCE L-172 de 10.7.2003.

Reglamento (CE) nº 1235/2003 de la Comisión, de 10 de julio de 2003, por el que se establece un derecho antidumping provisional sobre las importaciones de silicio originario de Rusia. DOCE L-173 de 11.7.2003.

Reglamento (CE) nº 1251/2003 de la Comisión, de 14 de julio de 2003, por el que se establece un derecho antidumping provisional sobre las importaciones de perfiles huecos originarios de Turquía. DOCE L-175 de 15.7.2003.

Reglamento (CE) nº 1252/2003 de la Comisión, de 14 de julio de 2003, por el que se establecen excepciones al Reglamento (CE) nº 800/1999 en lo relativo a los productos en forma de mercancías incluidas en el anexo I del Tratado que se exportan a terceros países distintos de Eslovaquia, Eslovenia, Estonia, Hungría, Letonia, Lituania y la República Checa. DOCE L-175 de 15.7.2003.

Reglamento (CE) nº 1264/2003 de la Comisión, de 16 de julio de 2003, por el que se abre una investigación referente a la supuesta elusión de medidas antidumping impuestas por el Reglamento (CE) nº 2320/97 del Consejo, sobre las importaciones de determinados tubos sin soldadura y tubos de hierro o de acero sin alear, originarios de Rusia, y de medidas antidumping impuestas por el Reglamento (CE) nº 348/2000 del Consejo, sobre las importaciones de determinados tubos sin soldadura y tubos de hierro o de acero sin alear, originarios de Ucrania, mediante declaración falsa de importaciones del mismo producto y mediante importaciones de determinados tubos sin soldadura y tubos de acero aleado, excepto el inoxidable, originarios de Rusia y de Ucrania, y por el que se someten a registro tales importaciones. DOCE L-178 de 17.7.2003.

Reglamento (CE) nº 1274/2003 de la Comisión, de 11 de junio de 2003, que modifica el Reglamento (CE) nº 230/2001 por el que se establece un derecho antidumping provisional sobre las importaciones de determinados cables de hierro o de acero originarios de la República Checa, Rusia, Tailandia y Turquía y por el que se aceptan los compromisos ofrecidos por algunos exportadores de la República Checa y Turquía. DOCE L-180 de 18.7.2003.

Reglamento (CE) nº 1268/2003 del Consejo, de 15 de julio de 2003, que modifica el Reglamento (CE) nº 1601/2001 por el que se establece un derecho antidumping definitivo y se percibe definitivamente el derecho antidumping provisional establecido sobre las importaciones de determinados cables de hierro o de acero originarios de la República Checa, Rusia, Tailandia y Turquía. DOCE L-180 de 18.7.2003.

Reglamento (CE) nº 1429/2003 de la Comisión, de 11 de agosto de 2003, que modifica el Reglamento (CE) nº 2090/2002 por el que se fijan las disposiciones de aplicación del Reglamento (CEE) nº 386/90 del Consejo en lo que se refiere al control físico de las exportaciones de productos agrícolas que se beneficien de una restitución. DOCE L-203 de 12.8.2003.

Reglamento (CE) nº 1431/2003 de la Comisión, de 11 de agosto de 2003, por el que se modifica el Reglamento (CE) nº 1501/95 en lo que atañe a las condiciones de pago de las restituciones por exportación de productos del sector de los cereales. DOCE L-203 de 12.8.2003.

Reglamento (CE) nº 1437/2003 de la Comisión, de 12 de agosto de 2003, por el que se modifican los anexos I, II, III B y VI del Reglamento (CE) nº 517/94 del Consejo, relativo al régimen común aplicable a las importaciones de productos textiles de determinados terceros países que no estén cubiertos por acuerdos bilaterales, protocolos, otros acuerdos o por otros regímenes específicos comunitarios de importación. DOCE L-204 de 13.8.2003.

Reglamento (CE) nº 1439/2003 de la Comisión, de 12 de agosto de 2003, que modifica el Reglamento (CE) nº 896/2001, por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento (CEE) nº 404/93 del Consejo en lo relativo al régimen de importación de plátanos en la Comunidad. DOCE L-204 de 13.8.2003.

Reglamento (CE) nº 1445/2003 del Consejo, de 21 de enero de 2003, relativo a la exportación de determinados productos siderúrgicos de Rumanía a la Comunidad Europea durante el período comprendido entre la fecha de entrada en vigor del presente Reglamento y la fecha de adhesión de Rumanía a la Unión Europea (prórroga del sistema de doble control). DOCE L-206 de 15.8.2003.

Reglamento (CE) nº 1458/2003 de la Comisión, de 18 de agosto de 2003, relativo a la apertura y al modo de gestión de contingentes arancelarios en el sector de la carne de porcino. DOCE L-208 de 19.8.2003.

Reglamento (CE) nº 1467/2003 de la Comisión, de 19 de agosto de 2003, que modifica el Reglamento (CE) nº 1898/97 en lo que se refiere a las disposiciones de aplicación, en el sector de la carne de porcino, del régimen contemplado en el Acuerdo Europeo con Polonia. DOCE L-210 de 20.8.2003.

Reglamento (CE) nº 1471/2003 de la Comisión, de 20 de agosto de 2003, por el que se abre el procedimiento de asignación de los certificados de exportación de los quesos que se vayan a exportar en 2004 a los Estados Unidos de América en el marco de determinados contingentes derivados de los acuerdos del GATT. DOCE L-211 DE 21.8.2003.

Reglamento (CE) nº 1472/2003 de la Comisión, de 20 de agosto de 2003, relativo a la apertura y el modo de gestión de un contingente arancelario comunitario de zumo y mosto de uva a partir de la campaña de comercialización 2003-04. DOCE L-211 DE 21.8.2003.

preguntas más frecuentes...

documentos aduaneros

¿Qué es un certificado sanitario?

Es el documento emitido por Sanidad Exterior Española para los productos contenidos en la Orden Ministerial de 20 de enero de 1994, por la que se fijan las modalidades de control sanitario a productos de comercio exterior destinados a uso y consumo humanos y los recintos aduaneros habilitados para su realización. Incluye en su Anexo I la relación de dichos productos, cuando proceden o tienen como destino países no miembros de la Unión Europea (www.msc.es/salud/externior/home.htm).

¿Qué es el certificado del SOIVRE?

Es un justificante emitido por el Servicio Oficial de Inspección, Vigilancia y Regulación de las Exportaciones, formado por los centros de Inspección de Comercio Exterior. Entre sus cometidos destacan la inspección de calidad comercial (productos, envases, etiquetado), el examen documental y el control de los productos de importación y exportación (www.mcx.es/sgcomex/Soivre).

¿Qué es un certificado de farmacia?

Es el documento emitido por la Dirección General de Farmacia y Productos Sanitarios para los productos farmacéuticos y los productos cosméticos, tanto a la exportación como a la importación. (www.msc.es/farmacia/legislacion/home.htm).

¿Qué es el certificado veterinario?

Documento expedido por Sanidad Exterior en el que se hace constar que la mercancía analizada está exenta de determinadas materias. Se trata, por lo general, de carnes y animales vivos (www.msc.es/salud/externior/home.htm).

¿Qué es el certificado fitosanitario?

El certificado fitosanitario es un instrumento de control y lucha contra las plagas. Determinados productos vegetales y otros objetos relacionados con ellos deben ir acompañados de su correspondiente pasaporte fitosanitario en el momento de la importación, ya que en caso contrario no se despachará la mercancía.

¿Qué es el certificado de origen modelo A o formulario A?

Este certificado permite importar en la Comunidad Europea los productos originarios de los países del Sistema de Preferencias Generalizadas (SPG), siempre que hayan sido transportados directamente a la Comunidad Europea. Debe ser expedido por las autoridades aduaneras o bien gubernamentales del país de exportación.

Este certificado válido como justificante, a efectos de obtener las preferencias arancelarias, se expedirá una vez realizada la exportación y se pondrá a disposición del exportador. La autoridad aduanera o gubernativa deberá sellar y suscribir, mediante firma autorizada, el certificado de origen modelo A. Éste deberá presentarse a las autoridades aduaneras del Estado miembro de importación en que se presenten los productos, en un plazo máximo de diez meses contados a partir de la fecha de expedición.

¿Puede sustituir el certificado de origen el EUR?

El certificado de origen es facultativo y en ningún momento

sustituye el certificado de circulación EUR para aquellas mercancías con origen preferencial.

¿Cuándo se utiliza el certificado de origen?

Se utiliza para el intercambio con países catalogados como "terceros" por el Arancel de Aduanas Comunitario (TARIC). El motivo de la solicitud es demostrar, ante las autoridades aduaneras del país de importación, el origen de la mercancía a efectos de que ésta establezca la política comercial y arancelaria del producto importado (régimen comercial, tarifa arancelaria, medidas de efecto equivalente, etc.). Deberá contener todas las indicaciones necesarias para la perfecta identificación de las mercancías a que se refiera (número, naturaleza, marcas o numeración de los bultos, descripción de la mercancía, pesos bruto y neto, nombre del expedidor, etc.).

¿Qué es un EUR1?

Es un documento justificativo del origen preferencial otorgado por la Comunidad Europea a aquellos países con los cuales mantiene un acuerdo preferencial.

Este documento es utilizado en el comercio con países mediterráneos, del Este, EFTA, Lituania, Estonia y Letonia, países ACP (África, Caribe y Pacífico), así como para las mercancías originarias de países y territorios de ultramar (PTUM). Los países ACP gozan de un tratamiento especial en virtud de que se trataba, en la mayoría de los casos, de antiguas colonias de algún país de la CE. Para el caso de los países PTUM, países y territorios de ultramar, se trata o bien de países o bien de territorios en dependencia con la metrópoli, dependencia que puede ser absoluta o atenuada, pero que en cualquier caso tienen alguna relación directa con algún Estado miembro de la Comunidad Europea. Este certificado será expedido en el momento de la exportación de las mercancías a que se refiera por las autoridades del Estado miembro o del país o territorio de exportación.

¿Qué es un EUR2?

Tiene el mismo efecto que el certificado de circulación EUR1 y se utiliza para las mercancías objeto de envíos postales, siempre que contengan únicamente productos originarios de algún país con el cual la Unión Europea mantenga un Acuerdo Preferencial y su valor no sobrepase los 215 euros en el caso de pequeños envíos, o de 600 euros en el de los productos contenidos en el equipaje personal de viajeros.

¿Qué es un ATR?

Es el documento que se utiliza en el comercio recíproco con Turquía y constituye el título justificativo para la aplicación del régimen arancelario preferencial con ese país. Sólo podrá expedirse un ATR1 cuando las mercancías se transporten directamente desde Turquía a un Estado miembro y viceversa. En los demás casos procederá expedir un certificado ATR3. El formulario ATR será visado por las autoridades aduaneras del Estado de exportación, debiéndose presentar en la aduana del Estado de importación en el plazo de 3 meses desde la fecha del visado de la aduana de exportación.

Fuente: C@cex (Cámaras Consultas en Comercio Exterior). www.cacex.org

L'Anella Internacional

El Punt de trobada de la
internacionalització a Catalunya

www.copca.com

Informació L'Agenda de la internacionalització
L'Infoexport
L'Actualitat internacional

Assessorament a mida El COPCA al món
Els Serveis a la internacionalització

Empreses exportadores La Fira virtual de l'exportador català
El Directori d'empreses catalanes

Gestió del coneixement L'Eina per captar, crear i intercanviar coneixement

Participació activa El Club NEI
El Xat dels becaris

Incentius a la internacionalització La Tramitació electrònica de subvencions

Formació L'Aula de Formació en comerç internacional

L'eina del futur, ara