



antoni peñarroya,
PRESIDENTE DE LA CÁMARA DE SABADELL

“Si no coges el tren
tecnológico, lo pierdes todo”

especial: la italia de berlusconi

Nuevas vías a su negocio internacional

En el Grupo Banco Sabadell tiene a su disposición un equipo de especialistas de internacional que le asesorará personalmente y gestionará de manera ágil y eficaz desde la transacción más sencilla hasta la operación más sofisticada.

Le acompañamos en el desarrollo de su negocio

Infórmese en cualquier oficina del Grupo Banco Sabadell o por Internet en cualquiera de nuestras webs.

Banco Sabadell
www.bancosabadell.com/empresa

Banco Herrero
www.bancoherrero.com/empresa

Solbank
www.solbank.com/empresa



carta abierta la internacionalización, una necesidad



Albert Vilardell i Figueras
Presidente de la Cámara
de Comercio de Terrassa

En los últimos diez años, Catalunya ha experimentado un notable incremento de empresas que han incorporado a su estrategia la internacionalización. En realidad, el número de empresas que exportan se ha duplicado en Catalunya, si bien hay zonas, como la demarcación de Terrassa, en que se ha cuadruplicado. Esto representa un salto global de calidad a la internacionalización por parte del tejido empresarial catalán: no solamente se han incorporado nuevas empresas a la actividad exportadora iniciándose en esta actividad, sino que las que exportaban poco ahora lo hacen con mayor intensidad y las que ya exportaban se han implantado en el

exterior, favoreciendo la presencia de las multinacionales catalanas en el mundo.

La actividad exportadora no es un hecho aislado dentro de la actividad global de la empresa y de su planifica-

“La internacionalización ha de enfocarse estratégicamente dentro de los objetivos globales de la empresa y ha de implicar todas las áreas y a todas las personas”

ción estratégica. Desde este punto de vista, la internacionalización ha de enfocarse estratégicamente dentro de los objetivos globales de la empresa y ha de implicar todas las áreas y a todas las personas. No hemos de olvidar que el crecimiento en internacionalización se ha de realizar gradualmente y de manera planificada y este hecho provoca un cambio en la forma de trabajar en toda la empresa, orientada conforme a la estrategia de internacionalización. Todo esto quiere decir que cuando el empresario se plantea adoptar una estrategia en el campo de la internacio-

nalización, está dando un paso que le permitirá asegurar su competitividad dentro de un mercado global, pero también que ha de orientar toda su empresa a una mentalidad basada en esta estrategia. Quiere decir esto que hemos de internacionalizarnos y, por eso, nos hemos de preparar y asegurar que la nuestra estrategia esté enfocada de manera efectiva. Éste es el reto de las empresas que se han de iniciar en la internacionalización y el de las que se han de consolidar. De hecho, las Cámaras de Comercio tenemos ya una larga trayectoria de ayuda y acompañamiento a las empresas en su iniciación en la actividad exportadora y facilitar así su proceso de internacionalización. Por eso hay que favorecer esta tendencia y potenciar la iniciación en la actividad exportadora. Pero conviene también resaltar un aspecto que permitirá asegurar nuestra actividad en el exterior: la diversificación. De hecho, si bien el volumen de exportaciones incrementa inexorablemente, es cierto también que el 70 % de las exportaciones catalanas se concentran en los mercados de la UE, nuestro mercado interior. Conviene la diversificación hacia países externos al mercado interior para asegurar el futuro del negocio y su presencia en los mercados exteriores.

en dos palabras

los *cafeteria benefits*

Durante los últimos años, en España los salarios de los directivos, de los jefes y mandos, y del resto de personal de las empresas confluyen en aumentos muy similares: en 2003 fue del 4,7 %, casi lineal. Para 2004 y siguientes, no se prevén excesivas modificaciones, décima más, décima menos; incluso habrá que contemplarlas a la baja si nos atenemos a la evolución del IPC. Poca capacidad de movimiento, pues, en materia salarial.

El viejo aforismo de estrecho abanico salarial en los períodos de vacas flacas, y amplio, en los de vacas gordas, ha dado paso a una realidad más prosaica, la de los salarios estáticos.

Si por esta vía no crecen, retener a los mejores, aumentar la productividad y obtener resultados superiores, solamente se podrá alcanzar por medio de incentivar al personal mejorando la parte variable de los salarios. La nueva jerga habla ahora de los *cafeteria benefits*, una retribución en especies y a la carta, que se presenta mucho más sugestiva que los paquetes habituales de las compensaciones, bonus incluido. Cada cual elige su menú y lo pacta con la empresa. Lo que sea con tal de mantener a toda la plantilla en permanente innovación.

Josep-Francesc Valls

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
c/e: ecollvinent@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
c/e: ccgpe@cambrescat.es
www.cambra.gi

Cambra de Comerç de Lleida
Anselm Clavé Nº 2
25007 Lleida
Tel: 973 236 161
Fax: 973 247 467
c/e: jpanades@cambrescat.es
www.cambraleida.com

Cambra de Comerç de Manresa
Plaça Pedregar, 1
08240 Manresa
Tel: 938 724 222
Fax: 938 727 766
c/e: 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
c/e: palamos@cambrescat.es
www.cambrescat.es/palamos

Cambra de Comerç de Reus
Boule, 2
43201 Reus
Tel: 977 338 016
Fax: 977 315 810
c/e: smasip@cambrescat.es
www.cambrareus.org

Cambra de Comerç de Sabadell
Alfonso XIII, 45
08202 Sabadell
Tel: 937 451 255
Fax: 937 451 256
c/e: 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
c/e: 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
c/e: rbaros@cambrescat.es
www.cambratgn.com

Cambra de Comerç de Tàrraga
Plaça Major, 4
25300 Tàrraga
Tel: 973 314 327
Fax: 973 314 355
c/e: 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
c/e: terrassa@cambrescat.es
www.cambraterrassa.es

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

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

el pacto de estabilidad, en la picota



Pere Puig i Bastard
catedrático
de ESADE/URL



06 Antoni Peñarroya,
presidente de la Cámara de Comercio
de Sabadell
"Si no coges el tren tecnológico,
lo pierdes todo"

10 La Italia de Berlusconi, pendiente
de las reformas



14 Plan de acción internacional
Catalunya 2004 (y II)

20 Casa Asia celebra sus primeras
Jornadas Económicas

24 Licitaciones internacionales

26 Oportunidades comerciales

En las últimas horas del 25 de noviembre, el Consejo de los Ministros de Finanzas de la UE, el Ecofin, tomó la decisión de suspender el procedimiento iniciado contra Alemania y Francia, de acuerdo con las normas del pacto de estabilidad y crecimiento, por el excesivo déficit en que estos dos países habían venido incurriendo repetidamente. Alemania y Francia se han colocado con ello en una posición de clara excepcionalidad, de justificación ciertamente difícil, en lo que se refiere al cumplimiento de los objetivos de contención presupuestaria nacidos en Maastricht y aplicables al conjunto de la UE.

El mensaje es claro: la UE mantiene unas reglas de juego que pretenden asegurar el equilibrio financiero público de los diversos Estados, pero no todos los países tienen que obedecerlas por un igual. Francia y Alemania, tradicionalmente considerados los impulsores más sólidos del proceso de integración, y quienes en su día más insistieron sobre la necesidad de imponer un mecanismo severo de vigilancia y sanción, son los que hoy plantean su incapacidad para hacer efectivo el cumplimiento de los objetivos presupuestarios acordados en Maastricht.

Algunos países de la UE han advertido ya sobre los problemas que pueden surgir dentro del actual proceso de negociación y aprobación del tratado constitucional de la UE en un entorno en el que los dos países miembros de mayor tamaño están incumpliendo abiertamente una de las reglas básicas para el mantenimiento futuro de una sólida garantía de estabilidad económica y financiera de la zona euro.

Varios economistas han reaccionado dando la bienvenida a la suspensión del plan de estabilidad y crecimiento, que en su opinión, dada su exagerada rigidez, habría venido actuando como una especie de camisa de fuerza para economías como la alemana y la francesa.

Son bastantes los economistas, en cambio, que tienden a destacar las amenazas que gravitan sobre las finanzas públicas de aquellos países europeos cuya población envejece más rápidamente y cuyos gastos sanitarios públicos crecen más intensamente.

Existe preocupación en bastantes ambientes europeos sobre cuál podría ser la postura del Banco Central Europeo, en materia de determinación futura de los tipos de interés, enfrentado a una etapa, eventualmente próxima, de recuperación económica en un entorno de cierta presión inflacionaria sobre los precios. Resulta sintomático en este sentido, a nuestro entender, que Jean-Claude Trichet, el actual presidente del Banco Central, haya reaccionado en estos momentos con tanta o mayor firmeza que su antecesor en el cargo, en defensa del plan de estabilidad y crecimiento y de las reglas fiscales establecidas

para el conjunto de la UE.

El pacto de estabilidad y crecimiento, tal como argumentan sus defensores, sigue siendo necesario, seguramente con ligeros ajustes, para defender la integridad y la solidez de la moneda única e inspirar la necesaria confianza en la solidez de la conducta presupuestaria de los gobiernos de la UE. Es necesario recordar que la evidencia histórica prueba que siempre que los gobiernos tienden a pedir prestado y a endeudarse de un modo creciente y excesivo, ello conlleva una

situación de niveles de tipos de interés altos y que ésta es una situación que casi nunca deviene transitoria.

Si no recomponen de modo creíble el anterior clima de sólido compromiso con el principio del rigor fiscal, la Unión Europea podría encontrarse en una posición política ciertamente difícil. Particularmente en lo que se refiere a poder ostentar la legitimidad necesaria con que exigir la aplicación efectiva de reglas fiscales establecidas al ámbito de países de la nueva Unión ampliada. Éste puede ser un problema de muy difícil solución sobre todo cuando se trate de países con economías muy débiles y enfrentados a elevadas dificultades presupuestarias. Sólo la renovada aceptación, por parte de todos, sin excepción, de una nueva regla fiscal sólida, con los reajustes que sean razonables, puede permitir alcanzar, una vez más, el doble objetivo de una estabilidad monetaria y financiera garantizada, y de un funcionamiento ordenado del conjunto de la Unión Monetaria Europea, en un momento delicado como es el de la actual ampliación de la UE.

"El pacto de estabilidad y crecimiento sigue siendo necesario, seguramente con ligeros ajustes, para defender la integridad y la solidez de la moneda única e inspirar la necesaria confianza en la solidez de la conducta presupuestaria de los gobiernos de la UE"

Edición:



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

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

Antoni Peñarroya, presidente de la Cámara de Sabadell

“exportar no es fácil para España, nos tienen como un país de ocio”

Antoni Peñarroya, 64 años, es un empresario que lleva ya mucho tiempo en la profesión. Presidente de la Cámara de Comercio de Sabadell y de la Comisión de Comercio Exterior del Consell General de Cambres de Catalunya, de la Asociación Catalana de Moldes y Matrices y de AP Foto Industria, es casi una enciclopedia de la exportación.

El currículum empresarial de Antoni Peñarroya impresiona por distintos motivos. Es el presidente de AP Foto Industria, una compañía muy joven, del 2000, fruto de una fusión entre varias empresas que acumulan una tradición de 30 años dentro del sector de la fabricación y comercialización de productos y accesorios fotográficos. Una empresa que exporta más del 70 % de sus productos a 60 países: EEUU, Alemania, Reino Unido...

La primera cuestión que queríamos plantearle es su vinculación con SAPE. En Catalunya, todavía existe un gran número de fábricas textiles, muchas de ellas en Sabadell o alrededores, y éstas han sufrido unos cambios importantes en el plano tecnológico. ¿Qué ha ocurrido en concreto en Sabadell?

Lo que da importancia a Sabadell es la ciudad, pero también su comarca. Hay 33.000 empresas alrededor de Sabadell. El municipio en sí es pequeño, tiene pocas industrias, el resto están en los alrededores, en los polígonos industriales de los pueblos. Yo nací en Sabadell, y cuando naces en una ciudad industrial, tienes una cultura industrial que te impregna la misma ciudad. Aunque se trataba de una población eminentemente textil, los acontecimientos y avances tecnológicos de la vida industrial han hecho que esto cambiara. A pesar de que las empresas textiles que todavía quedan son de las más importantes de España. Por ejemplo, el paño de todos los billares de piedra, en todo el mundo, es de Sabadell. Por otra parte, hoy en día Sabadell produce más metros de tela que los que tejía antes. Lo que pasa es que no son hechos en

Sabadell, son comprados en China. Esta industria, como tal, casi ha desaparecido, pero la comercialización continúa y con cuotas muy importantes.

En cambio, en el terreno tecnológico se ha desarrollado...

Exactamente. ¿Qué ha desaparecido en Sabadell? Todo lo que rodeaba la industria textil. Y han aparecido industrias químicas y metalúrgicas. Éstas han ido subiendo y, hoy en día, podríamos decir que el sector metalúrgico es el más importante de nuestra comarca,

“La tecnología no la para nadie, es como el tren de alta velocidad, puedes ir en el primer vagón o en el último, pero lo que no puedes hacer es perderlo, porque ya no lo coges”

seguido del químico y de una serie de sectores, entre ellos el textil.

Desde el punto de vista empresarial, uno de los honores es ser nombrado presidente de una institución como la Cámara de Comercio. El papel de la institución cameral, en estos momentos, ¿es distinto que cuando Sabadell estaba administrado por industrias textiles?

Sí, es distinto. No podemos perder de vista que el textil lo fue todo para nuestra comarca. Fueron las primeras exportaciones, los primeros que dieron trabajo a las mujeres en las fábricas;

ahora que se habla tanto de dar trabajo a la mujer, aquí hace más de cien años que la mujer trabaja. El textil fundó esta Cámara cuando, en 1876, se liberalizó el comercio. Se fundó e inició todo el negocio de la exportación. Y fue bien hasta que llegó la guerra civil. Entonces hubo un parón general. Después de la guerra costó mucho volver a empezar... El motivo por el que me presenté a la Cámara de Comercio lo ha dicho usted muy bien. Tengo 64 años y estoy al final de mi carrera profesional. Ser presidente de la Cámara de Comercio ha representado la guinda que le faltaba al pastel. El pastel está hecho y dentro de 2 años y medio yo ya no seré el presidente de la Cámara de Comercio. Con esto, habrá algo que yo tendré hecho en mi currículum.

Un empresario como usted, que exporta más del 70 % de productos que elabora, sería el ejemplo de lo que deberían hacer las Cámaras para ayudar a otras empresas a acceder al mercado internacional. ¿Las Cámaras están ayudando al pequeño, mediano y gran empresario a exportar y estar presente en el mercado internacional? El buque insignia de esta casa es la exportación, ya históricamente. Nuestra comarca es principalmente exportadora. Todos los ratios, por kilómetro, por empresa, habitante... no hay otra comarca en España que tenga los ratios de exportación que tiene el Vallès.

¿Era más fácil la exportación de productos textiles que ahora la de otros productos?

La exportación siempre es difícil, y más para España, ya que no la tienen como

país exportador sino como país de ocio. Ahora bien, Catalunya, debido a su situación geográfica, que es la puerta de Europa, siempre ha tenido corrientes tanto migratorias como de exportación. Es muy cosmopolita. Y eso ha hecho que la internacionalización se haya dado aquí y no en Cáceres. Por la gran mezcla de gente con ideas y culturas distintas, y la situación geográfica... Pero, aún así, es dificultosa.

Hablando de Catalunya; estamos en un proceso de cambio, cambio político, cambio en todos los sentidos, y las Cámaras de Comercio, como instituciones representativas de industriales y de servicios, ¿han de tomar una posi-

ción activa?, ¿cuál es la posición que deben asumir al servicio de su país?

Las Cámaras, en estas elecciones, hemos tenido una neutralidad exquisita. Les hemos hecho escuchar nuestra voz, hemos dicho lo que queríamos, y lo que queremos es una estabilidad económica, y que las personas que tomen el poder tengan un pensamiento económico, que es lo que Catalunya tiene. Catalunya no es un país rico, no tiene oro, no tiene petróleo, no tiene nada, tiene la gente que trabaja; si no tenemos una economía estable y unos gobernantes que piensen bien en la economía, nos irá mal a todos, empresarios y trabajadores, porque todos vivimos de lo mismo, no tenemos otra cosa.

Podríamos decir que, no debido a los políticos ni a los cambios habidos sino por el mismo ciclo económico, ¿nos encontramos en un momento difícil? Hombre, si hablamos de Catalunya versus Espanya, Catalunya siempre ha sido privilegiada por lo que le decía, por su gente, por la mezcla de cultura; siempre estuvo muy por encima de lo que era España. Cuando dos economías se acercan, una gana y la otra pierde. Aunque la que pierde haya ganado también, ya no tiene la primacía que tenía años atrás frente a los demás. El otro se ha ido acercando. ¿Por qué? Porque el Gobierno del Estado ha apostado mucho por Valencia. Yo no digo que eso no sea bueno, pero



Para Peñarroya la geografía ha permitido a Catalunya tener un contacto directo con Europa

Valencia hace 30 años no se podía ni comparar con Barcelona. Barcelona estaba por encima de largo. Lo que no olvidamos es la gente que puebla el país...

¿Quizá necesitaremos unas nuevas Bases de Manresa?

Quizá necesitaremos unas nuevas Bases, pero la gente que vive en Catalunya no es la misma gente que vive en Valencia; digo Valencia por poner un ejemplo. No es la misma

“Si el Govern de la Generalitat ha insistido tanto en el I+D es porque realmente la pequeña empresa es la que más dificultad tiene para adquirir nuevas tecnologías”

gente, tienen otra filosofía, otra idiosincrasia. Valencia, si no hubiera estado cerca del Gobierno del PP.. O en Andalucía con todas las subvenciones, es una cultura de las subvenciones que aquí no existe. Es normal que luego haya diferencias. No sé por qué aquí tenemos que pagar las autopistas y en otros sitios no. No tengo una explicación para todo esto, y como no la tengo, entiendo que nos pasen estas cosas.

Usted que tiene una deformación profesional hacia el mundo de la fotografía, imagino que ahora hacia lo digital, ¿cree que todo sería más sencillo si fuera binario: cero, uno?

La tecnología no la para nadie, es como la demografía, toda esta gente que viene del Norte de África la quieren parar y no la pararan; cuantas más barreras pongan, peor. La gente que no está bien en un país, se va, y se va a un país donde creen que estarán bien. Eso no hay ley que lo pare. Y con la tecnología ocurre lo mismo. Podemos decir y hacer lo que sea, pero la tecnología avanza y el que se pone a malas con la tecnología está listo. Ahora lo que está de moda es el tren de alta velocidad, con el tren de alta velocidad puedes ir en el primer vagón o en el último, pero lo que no puedes hacer es perderlo, porque ya no lo coges nunca más, va

demasiado deprisa...

En el aspecto tecnológico, ¿no tiene usted la impresión de que hemos hecho ya un gran ciclo de grandes descubrimientos, y que ahora estamos administrando pequeños detalles? Por ejemplo, entre la última máquina fotográfica digital, comprada hace un año y medio y una actual, ¿hay una gran diferencia?

No, a esto se le llama márketing. Hay un millón de píxeles más, pero no es muy distinto. Igual que la cámara analógica, no hay que cambiarla por una digital. Puedes ir y grabar tus fotos analógicas en un CD. Pero, ¿lo dicen eso? No, dicen que todo tiene que ser digital. Y el que tiene una Nikon que le ha costado medio millón de pesetas y no se la quiere cambiar no tiene que cambiarla, puede grabar sus fotos y hacer maravillas con su ordenador.

Entonces, lo importante para el empresario es entrar en este mundo y coger el ritmo de mejoras tecnológicas que pueda, pero ante todo entrar.

Es lo del tren. Si no estás en el tren, en el mundo tecnológico, lo pierdes todo, tendrás que cerrar la empresa. Ahora estamos en una época en que todo va bien, no hay huelgas, no hay nada, ni nadie, estamos en un mundo silencioso social, nadie dice nada, la gente sólo se preocupa de pagar sus hipotecas al banco. Hay una gran mayoría silenciosa y eso es a veces preocupante, porque veo muchas empresas que cierran y es porque la tecnología está haciendo su camino. Poquito a poco, pero va. Y quedarán las que queden. Serán más grandes o más pequeñas, pero eso no significa nada. Tiene que ser así, si no se entra con tecnología de primerísima línea, sí con tecnología nueva, de segunda, tercera o cuarta, pero hay que entrar en la tecnología y utilizarla de la mejor manera posible.

Dos preguntas para terminar la entrevista; Catalunya es un país de pymes, ¿hay tecnología distinta para las necesidades de este tipo de empresa?

Sí, por eso el Govern de la Generalitat ha insistido tanto en el I+D. Es una de las cosas que más se han enfatizado, porque realmente la pequeña empresa es la que más dificultad tiene para adquirir nuevas tecnologías. Es un país de pymes, sólo tenemos un 2 % de empresas gran-

des, y la nueva tecnología o la transformación tecnológica a veces no está al alcance de algunas empresas. Algunas empresas han dejado de existir y otras desaparecerán porque no pueden soportar la carrera tecnológica. A parte, el mundo está cambiando. En el año 2000 se terminaron todos los programas de las grandes multinacionales y empezó una nueva era. Fíjese qué ha ocurrido, fusiones de grandes empresas, la nueva moneda, el comercio internacional, el 2010 China motor del mundo, la producción se traslada a los 4 dragones, y queda la Europa de los mercaderes, la logística, la alta tecnificación..., es todo una incógnita. Tú tienes que adaptarte y ponerte ahí donde tengas un nicho de mercado, donde puedas hacer algo, porque si no estás fuera de juego. Y eso significa que esta tecnología todavía no está enraizada. Hasta el 2010 supongo que habrá tiempo suficiente para que algo se consolide, no sé qué, pero algo, y tendremos el camino más o menos marcado a partir del 2010, creo yo.

“Catalunya no es un país rico, no tiene oro ni petróleo, pero sí gente que trabaja. Sin una economía estable y unos gobernantes que piensen en la economía, nos irá mal a todos”

¿Qué fotografía le gustaría que quedara de su obra: al frente de su empresa o de la Cámara de Comercio?

No sé si debería ser una fotografía, a mí me gusta mucho el campo, soy muy ecologista y me gusta mucho la montaña y todas estas cosas. Pero yo diría que lo que espera una persona que ha hecho su camino profesional es que se le recuerde por algún motivo. Eso es importante para una persona. También hay muchos anónimos que han hecho muchas cosas y nadie les recuerda, eso es cierto, pero los que somos aficionados a la historia, como yo, yo sí me acuerdo de mucha gente, principalmente de Sabadell, que nadie recuerda. No caer en el olvido..., “mira esta empresa fue fundada por Antoni Peñarroya”, con esto tendría bastante, si es posible.

Josep-Francesc Valls

Madrid acogerá la presente edición de **exporta**

El Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) ha abierto la convocatoria para que las empresas, entidades y organismos relacionados con la internacionalización participen como expositores en la Feria Internacional de Servicios al Exportador, EXPORTA, que tendrá lugar del 18 al 20 de mayo de 2004 en la capital de España. Ésta será la tercera edición de la feria en Madrid y el ICEX tiene la intención de consolidarla como “el gran foro de la internacionalización”. En esta ocasión, al igual que en las anteriores ediciones celebradas en Madrid, el ICEX contará con la colaboración de IFEMA en la organización de EXPORTA. La feria constará, como ya viene siendo habitual, de un área de exposición, de

talleres de trabajo –donde se abordarán temas relacionados con la actualidad de la internacionalización de la empresa– y del Punto de Encuentro Internacional, en el que expositores y visitantes tendrán la oportunidad de contactar con 46 consejeros de las oficinas económicas y comerciales de las embajadas de España en todo el mundo, 6 más que en las pasadas ediciones. Pero este año, además, se organizará en la propia feria una Jornada sobre Países de la Ampliación de la UE, a la que están invitadas relevantes personalidades de dichos países. Para más información, consultar: www.icex.es.

Por otra parte, el ICEX ha inaugurado una librería en el salón del recinto ferial de Montjuïc 2, fruto del acuerdo alcan-

zado con Fira de Barcelona. En este nuevo punto de venta de publicaciones e información del Instituto de Comercio Exterior, el visitante podrá consultar y adquirir las diferentes publicaciones especializadas editadas por el ICEX y acceder a la información general sobre el Instituto y sus actividades. Con el fin de acercarse y dar servicio allí donde se produzcan acontecimientos empresariales, este nuevo punto de venta permanecerá abierto durante las ferias que acoja el recinto.

Libia y Egipto, más cerca

Una de las últimas misiones comerciales celebradas el pasado año tuvo como destino dos importantes países del Mediterráneo: Libia y Egipto. A través de la Tricameral, 12 empresas del Vallès y del Bages tuvieron la oportunidad de contactar con sus homólogas árabes. A lo largo de las semanas de trabajo, las 12 empresas participantes contactaron con cerca de 150 empresas, lo que les ha permitido recabar una valuosísima información sobre los mercados, sus respectivos sectores, la competencia, los niveles de precios, así como los sistemas de distribución y los potenciales agentes y distribuidores. Por su parte, el director de la misión, Vicenç Vicente, mantuvo interesantes contactos institucionales con entidades económicas libias y egipcias para, además de dar a conocer la realidad económica de estas dos comarcas catalanas, renovar los lazos de colaboración existentes. Entre estas instituciones destacan la Tripoli Chamber of Commerce i la Libyan Business Council.

El mercado libio, después de dos décadas de aislamiento político y económico, está abriendo lentamente su mercado. El final de las sanciones que en su día impuso la ONU, la restauración de las relaciones diplomáticas con la UE y unos precios del petróleo en constante

alza han renovado el interés internacional por este país de 5 millones de habitantes y que tiene como principales fuentes de ingresos el oro negro y el gas. Las oportunidades existen en no pocos sectores, como por ejemplo el de los hidrocarburos, equipos y servicios ferroviarios, maquinaria agrícola, equipos para la industria de alimentación y bebidas, materiales para la construcción y todo lo relacionado con el turismo.

Con respecto a Egipto, el Acuerdo de Asociación con la UE, firmado en 2001 y que entrará en vigor a principios de 2004, y que prevé, entre otras cosas, la creación de una zona de libre comercio para productos industriales, contribuirá, sin ninguna duda, a dinamizar el intercambio comercial entre los países de la Unión y la tierra de los faraones que, con 65 millones de habitantes, es el país árabe más habitado.



el país de la bota

Siempre se ha dicho de Italia que es un país singular. El carácter latino de su gente, unido a su gusto por la anarquía y la improvisación y a su facilidad de palabra y de seducción, convierten a los italianos, y al capitalismo que representan, en irrepetibles. Ahora bien, las cosas han cambiado, y como otros grandes de Europa, Italia está en crisis.



La perenne inestabilidad de sus gobiernos convenció a la clase empresarial a aprender a convivir con semejante anomalía. Desde la instauración de la República al finalizar la II Guerra Mundial hasta la catarsis de principios de los noventa, cuando las investigaciones judiciales por corrupción se llevaron por delante la estructura política existente, la media era de un gobierno cada 12 meses aproximadamente. Eso, que en cualquier otro país hubiese supuesto la paralización de la vida política y económica, supuso para Italia su bandera: la clase política hacía y deshacía a su antojo con la famosa *lottizzazione* y el empresario, especialmente las

pymes, aprendía a navegar en aguas turbulentas, inestables y sumamente resbaladizas.

En Italia hay que vender marca más que producto. Y éste ha de tener una presentación y una imagen impecable, la adecuada para seducir al potencial cliente

Ese aprendizaje interior, unido a una serie de características que, por desgracia, España no posee, como por ejem-

plo una amplia colonia repartida por medio mundo, una comida, la pasta, reconocida en los cinco continentes o una geografía bien singular, el país de la bota, hacen que la imagen de Italia sea fácilmente vendible más allá de la Vieja Europa.

Que en cualquier ciudad del mundo sea fácil encontrar un restaurante italiano o que en países tan diferentes entre sí como EEUU o Argentina la colonia italiana sea significativa, son aspectos difícilmente cuantificables pero cualitativamente muy importantes. Si a eso, añadimos que lo italiano se ha asociado siempre al diseño y a la moda, que existen marcas como Ferrari o Armani, de

Un reto asumible

A pesar de las grandes disparidades entre el Norte, con un elevado grado de industrialización, y el Sur, agrícola y con menos recursos, Italia es uno de los diez países más industrializados del mundo. Sus 58 millones de habitantes la convierten en uno de los mercados europeos más importantes no sólo por su dimensión sino también por el dinamismo de su actividad económica. En este sentido, hay un gran paralelismo en cuanto a la diversidad de sectores entre Italia y Catalunya. Esto, unido a las similitudes socioculturales y a la proximidad geográfica, facilita las relaciones comerciales de Catalunya con este mercado que, en el año 2003, fue el **tercer destino de las exportaciones catalanas**, por delante de países como Portugal y el Reino Unido. Una de las principales características de la industria italiana es su concentración geográfica en "**distritos industriales**" o *clusters*, consistentes en la agrupación de pequeñas y medianas empresas independientes especializadas sectorialmente que operan en una misma zona, muy a menudo con vínculos comerciales con una gran empresa. Estos distritos, que representan más del 80 % del total de la industria manufacturera (sector clave de la economía italiana) se concentran eminentemente en el Norte del país, pero en el centro y en el Sur también se localizan núcleos de actividad similares. Entre los principales distritos destacan los de alimentación al Norte y Sur del país, los de papel, plástico y mecánica en el norte, el de piel en el centro, el de muebles en el Norte y centro y el del textil por todo el territorio italiano, pero especialmente en el Norte.

Este modelo de estructura empresarial ha incentivado el desarrollo de una mentalidad basada en la autonomía y la libre iniciativa, cosa que implica, por una parte, la gran flexibilidad y competitividad global que define la economía italiana, y por la otra, una gran complejidad a la hora de penetrar en este mercado. Para tener éxito en la experiencia exportadora se hace, pues, necesario **entender las características heterogéneas** tanto de su tejido industrial como del perfil sociocultural de la su población, aspectos tanto uno como otro que varían fuertemente del Norte, de aire centroeuropeo, respecto del Sur, mucho más mediterráneo.

La madurez, saturación y características del tejido empresarial hacen del mercado italiano un reto importante para las empresas exportadoras catalanas, que han de realizar una fuerte inversión en tiempo y recursos para implantar su producto con un **buen servicio posventa y realizar un esfuerzo constante de adaptación al mercado** para satisfacer el difícil consumidor local, habituado a altos estándares de calidad y diseño, y superar los competidores extranjeros tradicionalmente implantados en Italia (principalmente franceses y alemanes).

El intercambio comercial entre Catalunya e Italia, a pesar de la buena acogida que nuestros productos tienen en este país, nos ha sido siempre desfavorable, dada su tradición exportadora. Las exportaciones catalanas, entre las que destacaremos como las más representativas las del sector **automoción** (tanto primeros equipos como recambios), productos **químicos y textil**, representan desde 1999 el 10 % del total.

El Consorcio de Promoción Comercial de Catalunya (COPCA), consciente tanto de la **complejidad como de la importancia crítica del mercado italiano** para las empresas catalanas, pone a su disposición un equipo de profesionales cualificados y conocedores del mercado, que opera desde 1989 en Milán, la capital económica y financiera de Italia.

El Centro de Promoción de Negocios (CPN) ha llevado a buen puerto proyectos de búsqueda de distribuidores, importadores, seguimiento de contactos, selección de *partners* comerciales, estudios de viabilidad, etc. para todo tipo de productos y sectores, destacando el textil y el alimentario, sin olvidar el de material de construcción, máquina herramienta y productos químicos, entre otros. Para más información, pueden ponerse en contacto con el Área de Europa del COPCA en el teléfono: 934 849 615, en la dirección correo electrónico europa@copca.com, o bien consultar nuestra página web: www.copca.com.

reconocido prestigio, no nos ha de extrañar que Italia sea una potencia exportadora. En este sentido, por mucho que muchas empresas de Catalunya y España se han internacionalizado, Italia, en materia de comercio exterior, lleva varios cuerpos de ventaja.

Italia pierde comba

Ahora bien, no todo son ventajas. Como país mediterráneo que es, Italia tiende a relajarse en sus costumbres y ya son muchos los empresarios catalanes que dicen no tener miedo de competir con las empresas italianas, ya que muchas de ellas "están viviendo de renta", de una imagen que, en muchos casos, "dista de lo real" y que "frente al empuje, la ilusión y la profesionalidad de las pymes españolas, Italia pierde comba".

Cierto o no, buena muestra de ello serían las declaraciones de una de las estrellas empresariales italianas, Luciano Benetton, que ante la embestida

Italia ha tendido en los últimos lustros a relajarse en sus costumbres y ya son muchos los empresarios catalanes que dicen no tener miedo a competir con las empresas transalpinas

de Inditex y Mango, para tranquilizar a los inversores de la Bolsa de Milán, afirmó recientemente que estaba dispuesto a copiar las maneras de hacer de las multinacionales gallega y vallesana. No es casualidad. El empuje y la agresividad de estas marcas de ropa, unidos a la estabilidad política y económica de España en la última década, han convertido a la antaño vieja y aislada Hispania en punto de referencia en numerosos foros de debate del país transalpino y en un modelo a imitar. No obstante, y a pesar de la cercanía geográfica y al carácter latino de ambos pueblos, los italianos y los españoles y catalanes no han aprovechado al máximo ese parentesco para estrechar unas relaciones económicas que sólo en los últimos años parecen

crecer con cierta regularidad. Como botón, una muestra: mientras las importaciones españolas procedentes de la UE se duplicaron por 3,3 en la década de los noventa, las italianas sólo crecieron un 2,9; también las exportaciones españolas crecieron a un ritmo superior al de las dirigidas a Italia.

Aunque muchas empresas de Catalunya y España se han internacionalizado, Italia, en materia de comercio exterior, lleva varios cuerpos de ventaja

Antoni Valenti, experto en marketing ferial e internacional, además de profesor de la Escola Superior de Comerç Internacional, cree que Catalunya, y en especial la ciudad de Barcelona, tienen una importante baza que no se puede desaprovechar: su imagen. Valenti habla incluso de "admiración" y de que la meta de muchos italianos sería la de establecerse en la capital catalana. Para los italianos, si Milán es la ciudad del diseño, "Barcelona no le va a la zaga".

No obstante, para hacer negocios no sólo cuenta de dónde vienes sino también quién eres y, sobre todo, qué es lo que vendes. Para Valenti, en Italia hay una ley no escrita que hay que tener muy presente a la hora de ir a hacer negocios, y más conociendo el gusto de los italianos por las marcas. Y es precisamente esa, vender marca más que producto. Pero no sólo eso, la manera de presentar el producto es sumamente importante; la imagen que se da, su acabado y empaquetado suponen, en el caso de ser la adecuada, una garantía de éxito. Todo cuenta a la hora de seducir a un potencial cliente.

Por último, Valenti recomienda, para evitar futuros problemas, negociar claramente las condiciones con las que se va a trabajar, especialmente las condiciones de pago: se utiliza mucho más el *factoring* que el seguro de crédito a la exportación.

Pelayo Corella

A FAVOR

- Su tradición industrial, especialmente en el Norte, unida a su imagen de dinamismo, diseño y calidad hacen de la economía italiana una de las más importantes de Europa y del mundo.
- A pesar de su picaresca y de su talante a la hora de hacer negocios, la cercanía geográfica y su carácter latino hace que los italianos sean más que reconocibles para el empresario catalán o español.

EN CONTRA

- La mala imagen de Italia en los últimos años debido a los numerosos escándalos de corrupción y a las singularidades del Gobierno encabezado por Silvio Berlusconi, quien, como acaba de recordar el Tribunal Constitucional italiano, en alguna ocasión parece más preocupado por proteger sus intereses empresariales y por ponerse a salvo de los embates de la Justicia antes que de racionalizar el aparato administrativo del Estado transalpino.
- El golpe que ha sufrido la clase empresarial italiana en los últimos años con la crisis de FIAT y, más recientemente, por el escándalo de Parmalat.

DATOS BÁSICOS

Superficie (m. de Km²) 301

Población (mill. hab.) (2001) 57,844

Densidad de población (hab./km²) (2001) 192

COYUNTURA ECONÓMICA

INDICADORES ECONÓMICOS	2000	2001	2002
PIB m. de mill. de €	1.165	1.217	1.259
PIB % crecimiento real	2,9	1,8	0,4
PIB per cápita en €	20.177	21.014	21.714
Tasa de inflación	2,6	2,3	2,7
Tasa de paro	10,5	9,5	8,9
Exportación bienes y servicios % PIB	28	28,3	-
Deuda pública % PIB	110,6	109,4	106,3
Déficit público % PIB	-0,6	-2,6	-2,3

COMERCIO EXTERIOR

Estructura de la balanza comercial

Millones	2000	2001	2002
Importación (FOB)	255.904	260.100	256.900
Exportación (FOB)	257.299	269.200	266.400
Saldo	1.395	9.100	8.500
Tasa cobertura	100,5	103,5	103,3
% Variación Importación (sobre año anterior)	23,6	1,6	-1,2
% Variación Exportación (sobre año anterior)	16,4	4,6	-1,4

Distribución del comercio por países. Año 2002

PRINCIPALES CLIENTES	% TOTAL	PRINCIPALES PROVEEDORES	% TOTAL
1. Alemania	13,7	1. Alemania	17,8
2. Francia	12,2	2. Francia	11,3
3. EEUU	9,7	3. Países Bajos	5,9
4. Reino Unido	6,9	4. Reino Unido	5,0
5. ESPAÑA	6,3	5. EEUU	4,9
		7. ESPAÑA (2001)	4,1

Distribución del comercio por productos. Año 2002

PRINCIPALES EXPORTACIONES	%	PRINCIPALES IMPORTACIONES	%
Productos de ingeniería	37,8	Productos de ingeniería	31,2
Textiles y ropa	15,2	Productos químicos	14,0
Equipo de transporte	11,3	Equipo de transporte	15,5

Fuente: www.mae.es

la ley de prevención del bioterrorismo estadounidense, vigente desde diciembre

Que el 11-S cambió la manera de entender el mundo de los norteamericanos, es cosa sabida. Y que la amenaza de nuevos atentados ha cambiado las reglas del juego, también. Como botón de muestra, el mayor control al que se someterá a todos los turistas que quieran visitar aquel país o las nuevas reglamentaciones en materia de seguridad a la hora de hacer negocios.

Desde el 12 de diciembre de 2003 todas aquellas empresas que deseen exportar productos alimenticios a EEUU deberán cumplir los requisitos que determina la Ley contra el bioterrorismo en Estados Unidos (BTA). Debido a la preocupación

existente en Estados Unidos ante ataques terroristas, en particular ataques con agentes químicos o biológicos, se ha desarrollado la Ley de salud pública y de prevención y respuesta al bioterrorismo (Bioterrorism Act), firmada el 12 de junio de 2002, y que entró en vigor el pasado mes.

Esta Ley afecta de manera importante a todas aquellas empresas españolas que exporten, o que quieran hacerlo en los próximos años, productos alimenticios al mercado norteamericano, ya que conlleva múltiples obligaciones y controles que afectan a la entrada de productos en ese país.

signos positivos de crecimiento económico en América latina y el Caribe

Que la economía de América Latina repunte al alza es una magnífica noticia para no pocas empresas catalanas y españolas. Según un informe publicado por la CEPAL estas Navidades, el continente iberoamericano crecerá en 2004 más del doble de lo que lo ha hecho en 2003.

En todo caso, la recuperación aún es insuficiente para revertir el estancamiento de los últimos años, y el producto por habitante es el 1,5 % inferior al nivel de 1997. Después de 6 años de crecimiento por habitante negativo y de mercados laborales poco activos, el 44,4 % de la población (227 millones de personas) vive por debajo de la línea de pobreza. La mejora de la actividad económica impulsó un leve aumento de la tasa de ocupación, pero el desempleo se mantiene elevado (10,7 %). El estudio de la CEPAL señala que el flujo de inversión extranjera directa se redujo nuevamente y llegó a 29.000 MUSD, cifra bastante menor que el promedio de 1990-2002, equiva-

lente a 38.000 MUSD y un 25 % inferior a la del 2002. También se indica la importancia de las remesas de los inmigrantes, cuyo monto alcanzó los 33.000 MUSD, que representan un importante aporte de recursos externos en México y los países de América Central. Finalmente, la región recibió fondos compensatorios por un importe alrededor de 22.000 MUSD, casi la mitad de los cuales fueron aportados por el Fondo Monetario Internacional. La acumulación de reservas del año fue de 32.000 MUSD.

Un dato relevante para la CEPAL es el fortalecimiento interno alcanzado por los países tras años de turbulencias, de los cuales la mayoría está emergiendo con políticas fiscales y monetarias bajo control, así como con tipos de cambio más competitivos. Economías que enfrentaron crisis profundas, como las de Argentina y Brasil, ya iniciaron su recuperación.

la cámara de terrassa cuelga en su web nuevos estudios de mercado

La Cámara de Comercio de Terrassa ha ampliado hasta 12 los estudios de mercado sectoriales que ofrece a los exportadores a través de su sitio web (www.cambraterrassa.es). Estos estudios están dirigidos especialmente al sector empresarial interesado en conocer la situación de un producto en un mercado determinado y tienen la garantía de estar actualizados a raíz de un trabajo de campo realizado durante un año por parte de un becario especializado en mercados internacionales, el cual ha desarrollado un período de prácticas en el lugar de destino del estudio. Después de incorporar los estudios realizados por los becarios de la promoción 2002-03, en estos momentos pueden consultarse los siguientes:

"Hilados y tejidos de lana en Montreal" (2003)

"Hilados y tejidos de lana en Sydney" (2003)

"Materiales de construcción: pavimentos cerámicos, ladrillos y tejas en Nueva Delhi" (2003)

"Cosmética profesional en Berlín" (2003)

"Textil del hogar en Miami" (2002)

"Lencería femenina en Nueva York" (2003)

"Cosmética profesional en Praga" (2003)

"El textil de la lana en el Reino Unido" (2002)

"Hilados y tejidos de la lana en Turquía" (2002)

"Material y equipación de laboratorio en Turquía" (2002)

"Material eléctrico e iluminación en los Emiratos Árabes Unidos" (2002)

"Lencería femenina en Singapur" (2002)

Para la promoción de 2004, la Cámara propondrá y tutelará un total de 9 estudios de mercado que desarrollarán los becarios del COPCA sobre los mercados siguientes: suministros hoteleros en Budapest; conducción y tratamiento de aguas en Casablanca; cosmética profesional y estética en Dubai; conducción y tratamiento de aguas en El Cairo; química farmacéutica en Johannesburgo; oportunidades para aditivos químicos para el sector textil en Nueva Delhi; industrias auxiliares de la automoción en Praga; química veterinaria y alimentación animal en Sydney, y textil y confección en Varsovia.

misiones, ferias y seminarios para conquistar el mundo

El *Noticiari de Comerç Exterior* reproduce a continuación la segunda parte del Plan de Acción Internacional Catalunya 2004 (PAIC 2004) desarrollada por el Consell General de Cambres de Catalunya, que tiene como objetivo primordial dar cobertura y asesoramiento a todas las empresas catalanas que quieran iniciarse o consolidar su presencia internacional.

misiones

CÁMARA	ARCO ASIÁTICO	TIPO	OBJETIVO	FECHA
VALLS	Japón, Corea del Sur	Misión directa multisectorial	Abrir nuevos mercados y/o consolidarlos	Julio
BARCELONA	Japón	Misión directa	Bienes industriales	Septiembre
GIRONA, ST. FELIU GUÍXOLS, PALAMÓS	Japón, Corea del Sur, Taiwán	Misión directa multisectorial	Prospección y consolidación de mercados	Octubre
SABADELL	Japón, Corea del Sur	Misión directa multisectorial		Noviembre
BARCELONA	India	Misión directa multisectorial		Noviembre
TERRASSA	Malaysia, Singapur, Tailandia, Vietnam	Misión directa multisectorial		Noviembre

CÁMARA	ARCO MEDITERRÁNEO	TIPO	OBJETIVO	FECHA
GIRONA, ST. FELIU GUÍXOLS, PALAMÓS	Turquía	Maquinaria	Misión de compradores	Septiembre
SABADELL	Grecia, Turquía, Chipre	Misión directa		Septiembre
SABADELL	Egipto, Libia	Misión directa		Octubre
GIRONA, ST. FELIU GUÍXOLS, PALAMÓS	Egipto, Chipre	Maquinaria y bienes de equipo	Prospección y consolidación de mercados	Octubre
BARCELONA	Líbano, Jordania	Misión directa	Promoción comercial multisectorial	Octubre
BARCELONA	Siria	Misión directa	Promoción comercial multisectorial	Octubre
TARRAGONA	Jordania	Misión directa	Prospección	Octubre
BARCELONA	Marruecos	Misión directa inversionistas	Promover la implantación en estos mercados	Octubre

CÁMARA	ARCO EUROPA DEL ESTE	TIPO	OBJETIVO	FECHA
LLEIDA	Hungría	Misión inversa de maquinaria agrícola		Septiembre
SABADELL	Letonia, Lituania, Estonia	Misión directa		Septiembre
TARRAGONA	Letonia, Lituania, Estonia	Misión directa	Prospección	Septiembre
BARCELONA	Croacia	Misión directa sector turístico	Prospeccionar mercados y promoción comercial	Septiembre
TARRAGONA	República Checa, Hungría	Misión directa	Prospección	Octubre
LLEIDA	Rumanía, Bulgaria, Croacia	Misión directa multisectorial		Octubre
MANRESA	Rumanía	subcontractacio		Octubre
TERRASSA	Polonia	multisectorial		Octubre
GIRONA, ST. FELIU GUÍXOLS, PALAMÓS	Rumanía, Bulgaria, Croacia	Misión directa multisectorial	Prospección y consolidación de los mercados	Octubre
BARCELONA	Hungría, Polonia, R. Checa	Misión inversa	Potenciar la oferta exportadora catalana de los sectores de bienes de consumo	Noviembre

CÁMARA	ARCO AMÉRICA DEL NORTE	TIPO	OBJETIVO	FECHA
BARCELONA	EEUU	Misión inversa	Dar a conocer el potencial de la industria catalana del sector vinícola	Septiembre
LLEIDA	México	Misión inversa maquinaria agrícola		Septiembre
BARCELONA	Canadá (Toronto)	Misión directa	Interiorismo, decoración y alimentación	Octubre
LLEIDA	EEUU, Canadá	Misión directa	Multisectorial	Noviembre

GIRONA, ST. FELIU GUÍXOLS, PALAMÓS	EEUU, Canadá	Bienes de consumo	Prospección y consolidación de mercados	Noviembre
------------------------------------	--------------	-------------------	---	-----------

CÁMARA	ARCO AMÉRICA CENTRAL Y SUR	TIPO	OBJETIVO	FECHA
GIRONA, ST. FELIU GUÍXOLS, PALAMÓS	Brasil, Chile, Argentina	Multisectorial	Prospección y consolidación de mercados	Septiembre
BARCELONA	Chile y Perú	Misión directa	Bienes de consumo, de equipo y farmacéutico	Noviembre
TERRASSA	Costa Rica, Guatemala, México	Multisectorial		Diciembre

CÁMARA	ZONAS D'INTERÈS POTENCIAL	TIPO	OBJETIVO	FECHA
BARCELONA	Irán	Misión directa	Promoción comercial multisectorial	Septiembre
TARRAGONA	Angola, Mozambique	Misión multisectorial	Prospección de mercados	Septiembre
BARCELONA	Rusia	Misión inversa	Potenciar la oferta exportadora catalana de los sectores de bienes de consumo	Octubre
BARCELONA	Nigeria	Misión directa	Promoción comercial multisectorial	Octubre
BARCELONA	Emiratos Árabes Unidos	Misión directa	Bienes de consumo	Noviembre
MANRESA	India	multisectorial		Noviembre
SABADELL	Francia	Misión directa		Noviembre

ferias

CÁMARA	ARCO ASIÁTICO	TIPO	OBJETIVO	FECHA
SABADELL	Japón	Logística	Visita agrupada	Septiembre
BARCELONA	China	International Industry Fair	Participación agrupada en la feria de bienes industriales	Noviembre
BARCELONA	Vietnam	Building Vietnam	Participación agrupada en la feria de construcción	Diciembre

CÁMARA	ARCO MEDITERRÁNEO	TIPO	OBJETIVO	FECHA
LLEIDA	Marruecos	Exposición agrupada Agrimaroc	Maquinaria agrícola	Septiembre
BARCELONA	Italia	Subfornitura		Septiembre
BARCELONA	Francia	Proceed		Septiembre
VALLS	Andorra	Multisectorial	Participación agrupada	Octubre
BARCELONA	Francia	Midest		Noviembre
TARRAGONA	Francia	Salon Nautique de Paris	Visita agrupada	Diciembre

CÁMARA	ARCO EUROPA DEL ESTE	TIPO	OBJETIVO	FECHA
SABADELL	Bulgaria	International Technical Fair Plovdiv	Participación agrupada	Octubre

CÁMARA	ARCO AMÉRICA CENTRAL Y SUR	TIPO	OBJETIVO	FECHA
BARCELONA	Colombia	Exposición de catálogos en la Feria de Bogotá		

CÁMARA	ZONAS DE INTERÉS POTENCIAL	TIPO	OBJETIVO	FECHA
BARCELONA	Finlandia Alihankinta			Septiembre
REUS	Francia	Sial 2004	Visita agrupada	Octubre
SABADELL	Portugal	Concreta	Participación agrupada	Octubre
BARCELONA	Emiratos Árabes Unidos	Index Dubai	Participación agrupada en la feria de decoración, mobiliario e interiorismo	Octubre
SABADELL	India	Anacon	Visita agrupada	Noviembre
SABADELL	Nigeria	Expo Nigeria	Participación agrupada	Noviembre
SABADELL	Francia	Emballage	Visita agrupada	Noviembre
BARCELONA	Suecia	Elmia		Noviembre
LLEIDA	Italia	Exposición agrupada Eima	Maquinaria agrícola	Noviembre

seminarios

CÁMARA	ARCO MEDITERRÁNEO	TIPO	OBJETIVO	FECHA
BARCELONA	Malta, Chipre	Oportunidades de negocio y visita al embajador	Incorporar nuevos sectores y nuevos mercados, acercar la empresa a los servicios camerales	Octubre

BARCELONA	Marruecos, Túnez	Jornada informativa: oportunidades de inversión en los sectores de turismo, medio ambiente e inmobiliario	Incrementar el volumen y la calidad inversora con un enfoque sectorial	Noviembre
BARCELONA	Marruecos	Oportunidades de negocio y visita al embajador	Incorporar nuevos sectores y nuevos mercados, acercar la empresa a los servicios camerales	Diciembre
TORTOSA	Italia	Seminario		A determinar

CÁMARA	ARCO AMÉRICA DEL NORTE	TIPO	OBJETIVO	FECHA
BARCELONA	Canadá	Oportunidades de negocio y visita al embajador	Incorporar nuevos sectores y nuevos mercados, acercar la empresa a los servicios camerales	Noviembre

CÁMARA	ZONAS DE INTERÉS POTENCIAL	TIPO	OBJETIVO	FECHA
BARCELONA	Italia	Formas de comercialización	Dar a conocer las oportunidades comerciales en este país	Octubre

CÁMARA	DESAYUNOS DE TRABAJO	TIPO	OBJETIVO	FECHA
BARCELONA	Política de precios:	Fijación de precios dentro de un contexto internacional	Acercarse a la empresa para dar a conocer los servicios camerales	Septiembre

BARCELONA		La distribución en los mercados internacionales	Acercarse a la empresa para dar a conocer los servicios camerales	Octubre
-----------	--	---	---	---------

BARCELONA		Transporte y logística internacional	Acercarse a la empresa para dar a conocer los servicios camerales	Noviembre
-----------	--	--------------------------------------	---	-----------

BARCELONA		Cobertura riesgo país comercial internacional	Acercarse a la empresa para dar a conocer los servicios camerales	Diciembre
-----------	--	---	---	-----------

CÁMARA	CICLO FRANQUICIAS	TIPO	OBJETIVO	FECHA
BARCELONA		Franquicias internacionales en el sector textil	Acercarse a la empresa para dar a conocer los servicios camerales	Octubre

CÁMARA	CICLO PROMOCIÓN FERIAS INTERN.	TIPO	OBJETIVO	FECHA
BARCELONA		Ferias medio ambiente: Ecomed Polutec (París y Barcelona), Green Ventures (Potsdam)	Acercarse a la empresa para dar a conocer los servicios camerales	Agosto

BARCELONA		Ferias automoción: Automechanica Frankfurt, Motortec (Madrid), Equip Auto (París)	Acercarse a la empresa para dar a conocer los servicios camerales	Noviembre
-----------	--	---	---	-----------

CÁMARA	EL EXPERTO RESPONDE	TIPO	OBJETIVO	FECHA
BARCELONA		Cuestión de política económica: las crisis de los países del arco sudamericano	Acercarse a la empresa para dar a conocer los servicios camerales	Octubre

BARCELONA		Cuestión de marketing internacional: cuál es el mercado más adecuado para mis productos. Plan de marketing, estudio de viabilidad de mi producto, ¿estoy preparado para exportar?	Acercarse a la empresa para dar a conocer los servicios camerales	Noviembre
-----------	--	---	---	-----------

encuentros empresariales

CÁMARA	ARCO MEDITERRÁNEO	TIPO	OBJETIVO	FECHA
BARCELONA	Magreb	Encuentro empresarial	Dar a conocer el potencial de la industria catalana	Noviembre

CÁMARA	ARCO AMÉRICA CENTRAL Y SUR	TIPO	OBJETIVO	FECHA
BARCELONA	Honduras	Encuentro empresarial	Potenciar el negocio bilateral multisectorial	Octubre
GIRONA	Honduras	Encuentro empresarial América Latina	Potenciar la colaboración entre las empresas de la zona y las españolas	Segundo semestre

CÁMARA	ZONAS DE INTERÉS POTENCIAL	TIPO	OBJETIVO	FECHA
BARCELONA	Europa	IV Encuentro Europeo de Compradores	Subcontratación	Octubre

acercar el continente desconocido



Casa Asia saldó con un importante éxito participativo sus primeras Jornadas Económicas. Especialistas del ámbito académico, institucional, financiero y periodístico se reunieron en Barcelona para contar y debatir las claves del futuro económico del continente asiático y sus relaciones con España.

Varios fueron los temas elegidos: análisis de países, perspectivas de crecimiento de los países asiáticos, integraciones regionales, relaciones España-Asia, tecnologías de la información, equilibrios monetarios y el calendario de Doha, Asia y América Latina. Entre los ponentes invitados, de la misma trascendencia que la temática, se encontraban figuras tan importantes como Peter Nolan, profesor de Cambridge y consultor de Ford, Coca-Cola y el propio Gobierno chino; Mario Artaza, director ejecutivo de Asia Pacific Economic Cooperation (APEC); Ong Keng Yong, secretario general de la Association of Southeast Nations (ASEAN); Miguel Rodríguez Mendoza, ex director de la Organización Mundial del Comercio (OMC); o Jean Pierre Verbiest, economista jefe adjunto del Asian Development Bank (ADB).

Asia, gigante sin rostro

Aunque se trata ya del principal foco de crecimiento económico mundial, Asia sigue siendo, especialmente para España, un gigante en gran medida incomprendido y desconocido. Jean Verbiest señalaba que es muy difícil explicar la economía asiática a los países de la UE debido a su pulsión occidental. Y esa dificultad deja al continente europeo sumido en una perplejidad peligrosa y delicada, teniendo en cuenta que desde hace ya cierto tiempo, "a pesar del riesgo que suponen el terrorismo y fenómenos como el SARS, las bazas importantes se jue-

gan en esa región", explicó Verbiest. Ong Keng Yong se mostraba sorprendido por la reducida presencia español-

Isidre Ambrós,
de *La Vanguardia*.

"Washington no se saldrá con la suya. Lo más razonable es que China, con su economía todavía inestable, únicamente amplíe su banda de fluctuación"

la en los mercados del Sudeste Asiático. El secretario general de la ASEAN animaba a los empresarios a

dar el salto y confiar en el potencial de sus productos, pues cree que pueden competir en esa región perfectamente.

APEC

Quizá un ejemplo de la distancia que existe entre la UE y Asia es APEC; la muestra de que, a nivel supraestatal, hay distintas maneras de hacer las cosas. APEC, tal y como explicaba su director ejecutivo, Mario Artaza, es un foro no gubernamental que promueve el progreso económico de las dos orillas del Pacífico, Asia y América. Su filosofía está basada en el diálogo abierto y la no imposición de ningún tipo de compromiso ni obligación. Desde sus orígenes, a finales de los sesenta, este foro está compuesto por economías, no por países, y sus pilares "son la liberalización y facilitación del comercio y la inversión y la coopera-

Declaración de Tokio

Amadeu Jensana ya auguraba este acuerdo en su artículo para el especial sobre el Sudeste Asiático en el *Noticieri de Comerç Exterior* del pasado mes. Japón y los 10 países de la ASEAN: Birmania, Brunei, Camboya, Indonesia, Laos, Malasia, Filipinas, Singapur, Tailandia y Vietnam, han firmado la Declaración de Tokio, un primer paso en aras de la construcción de una Comunidad del Sudeste de Asia inspirada en la UE. La firma tiene varios significados. Por un lado, compromete a los 11 países a promover los intercambios de bienes y servicios a través de la apertura de sus mercados. La Declaración contiene un plan de acción conjunto que "incluye elementos para una eventual zona de libre comercio, en la medida de lo posible antes del 2012". Y también hace referencia a la seguridad transnacional. Por otra parte, muestra la decisión de Japón de seguir dando prioridad a los países de la ASEAN en materia de ayuda al desarrollo.



feria valencia, en continuo crecimiento

En la actualidad Feria Valencia se encuentra cercana a la culminación de un ambicioso proyecto de modernización y ampliación que finalizará en septiembre de 2004 y que contribuirá a desarrollar aún más su vocación de liderazgo. Al mismo tiempo, está llevando a cabo una estrategia de crecimiento en el ámbito internacional, obteniendo unos resultados inigualables.



ción económica entre los miembros". El interés que tiene el foro para los agentes implicados en el mismo lo muestra el número creciente de reuniones e iniciativas que se están llevando a cabo. Su relevancia para el resto

Jean Verbiest,
economista jefe de ADB:

"Es muy difícil explicar la economía asiática a los países de la UE debido a su pulsión occidental"

del mundo queda clara con una simple mención de las cifras: APEC, con 2.500 millones de personas, concentra el 57 % del PIB mundial y el 47 % del comercio. Y la evolución no puede ser más satisfactoria: las exportaciones han crecido un 113 % y la inversión directa en la zona un 200 %.

Montaña rusa monetaria

Otra mesa redonda con referencia a un tema candente y de crucial importancia para los empresarios europeos fue la del equilibrio entre los tipos de cambio yuan, dólar, euro y yen. Según declaraciones de Hassan Khan, consejero económico de Pakistán, si el dólar continúa apreciándose frente al euro es porque el Gobierno de EEUU así lo quiere. "Ésta puede ser", según sus palabras, "una estrategia para paliar el déficit en la balanza comercial: con un euro fuerte, las importaciones se encarecen y los productos norteamericanos son más competitivos en el mercado asiático".

Isidre Ambrós, de la sección de economía de *La Vanguardia*, indicaba que "sin embargo, el dólar no se ha depreciado frente la mayoría de divisas asiáticas y, por eso, EEUU está presionando a China para que revalúe el yuan". El Gobierno de Bush dice que ha sido la infravaloración de la divisa china lo que ha provocado la pérdida de 8,5 mi-

llones de empleos en EEUU. El periodista, en cambio, no cree que sea ése el motivo sino "los bajos costes del mercado laboral chino".

Ninguno de estos ponentes, ni tampoco Juan Llobell, redactor de economía

Hassan Khan,
consejero económico de Pakistán

"con un euro fuerte, los productos norteamericanos son más competitivos en el mercado asiático"

internacional de *Expansión*, creen que China vaya a ceder ante la perseverancia americana. Como mucho vaticinan una banda de fluctuación más ancha, una solución razonable, "teniendo en cuenta la inestabilidad de la economía china", indicó Ambrós.

Sira Abenoza

La voluntad de mantener el liderazgo entre los recintos feriales europeos y el compromiso con el tejido empresarial llevaron a la Dirección de Feria Valencia a iniciar un ambicioso proyecto de ampliación y modernización que permite disfrutar de unas instalaciones ejemplares, capaces de cubrir las necesidades expositivas de todos los participantes. Dichas instalaciones están adaptadas a los adelantos tecnológicos más novedosos y diseñadas para facilitar la estancia de expositores y visitantes.

En septiembre de 2004, fecha de finalización de las obras, la extensión habrá alcanzado los 286.283 m², lo que supone un incremento de superficie del 45,37 %. Además de la cantidad se mejorará la calidad del espacio expositivo. El nuevo recinto se caracteriza por su versatilidad, su distribución modular y los grandes espacios diáfanos, lo que permite acondicionar con rapidez y eficacia los pabellones a cualquier tipo de evento. Al mismo tiempo, se amplía en 5.000 el número de plazas de aparcamiento, alcanzando las 7.000, y se dota el área con zonas ajardinadas y deportivas. Los accesos al recinto han experimentado una mejora sustancial con la construcción de un paso inferior de vehículos para facilitar el acceso y evitar molestias a la población, la construcción de una nueva estación de metro

con acera móvil de acceso al interior de los pabellones y construcción de un nuevo acceso desde la vecina localidad de Paterna mediante un viaducto.



Internacionalización

Feria Valencia siempre se ha caracterizado por ser una sólida plataforma de internacionalización de la empresa y un instrumento para fomentar los intercambios comerciales en el ámbito mundial. La vocación internacional de la institución está avalada por la Asociación Española de Ferias que otorga a Feria Valencia el carácter más internacional de todos los recintos en cuanto a las ratios de participación de expositores y visitan-

tes procedentes de todo el mundo.

Actualmente, Feria Valencia está llevando más allá el concepto tradicional de internacionalización de un recinto ferial y ha emprendido proyectos de coorganización de eventos en otros países, exportando su modelo de gestión ferial.

Feria Valencia ha iniciado su expansión internacional con la celebración de México Ferias del Niño en el recinto de Poliforum León (Guanajuato). Este certamen, que se ha convertido en la primera Feria Internacional del Producto Infantil que se ha celebrado en México, tiene como objetivo establecer vías de acercamiento entre empresas con intereses comunes, fundamentalmente europeas y latinoamericanas, para abordar mercados con un claro potencial de desarrollo. Hasta el momento, las iniciativas de expansión internacional de Feria Valencia se han plasmado en el acuerdo con Poliforum León, pero también se está trabajando en otros proyectos en Latinoamérica.

El proceso de ampliación y modernización del recinto ferial, así como el proceso de expansión internacional constituyen dos buenos ejemplos del espíritu emprendedor de Feria Valencia, que le han permitido seguir liderando el panorama ferial español desde su creación en 1917 hasta nuestros días.



AC HOTELS EN LEVANTE

AC CASTELLÓN AC VALENCIA AC PETRER

AC MURCIA AC ELCHE AC ELDA



Información y Reservas

902 292 293 +34 902 292 295

www.ac-hotels.com

las cámaras de comercio de barcelona y del líbano firman un acuerdo de colaboración

Miquel Valls, presidente de la Cámara de Comercio de Barcelona, y Adnan Kassab, presidente de la Cámara de Comercio de Beirut, firmaron el pasado mes un acuerdo de colaboración entre las dos instituciones por el que se establecen las bases para promover, desarrollar y reforzar las relaciones económicas entre los empresarios y hom-

bres de negocios de ambos países.

Así, las dos Cámaras llevarán a cabo acciones de promoción de estos intercambios, como son la organización de ferias y exposiciones, la realización de misiones comerciales entre los dos países o el establecimiento de partenariados industriales, financieros y comerciales.

Este acercamiento económico se verá reforzado a partir de abril de este año cuando la compañía aérea Mena Jet, una empresa de vuelos comerciales de Oriente Próximo gestionada desde el Líbano, comience a operar desde El Prat con dos enlaces semanales entre Barcelona y Beirut.

china se acerca

España parece tener claro uno de sus principales objetivos: China. Y va a por él. Aunque aún le queda un largo trecho por recorrer. Al menos eso es lo que se desprende de las últimas cifras oficiales hechas públicas.

Durante los primeros 8 meses de 2003, las exportaciones al gigante asiático aumentaron el 44 % con respecto al mismo período del año anterior. Con un total de 736,5 MEUR, China se coloca en el puesto número 17 dentro del ranking de países destino de productos españoles. Máquinas y aparatos mecánicos, automóviles, material para vías férreas, material eléctrico y productos químicos orgánicos son los que tienen más salida.

Las importaciones de productos chinos crecieron en un porcentaje muy inferior, un 13 %. De todos modos, este diferen-

cial no llega a compensar el déficit de 3.500 MEUR que tiene España en la balanza comercial con China. La potencia asiática es el séptimo proveedor del Estado español y sus productos tienen mucho éxito, especialmente en Catalunya.

En lo que se refiere a inversión, en cambio, queda mucho por hacer. Tan sólo un ínfimo 0,01 % del total de inversiones españolas en el exterior se ha destinado a ese país asiático.

Por comunidades autónomas, los productos chinos triunfan, especialmente, en Catalunya. Durante el período analizado, las importaciones realizadas desde Catalunya ascendieron a 1.574 MEUR. Madrid, con 1.020,6 MEUR, ocupa el segundo lugar, seguida de la Comunidad Valenciana, 618, 6 MEUR, y el País Vasco, con 202,7 MEUR.

La nueva Agenda de la Internacionalización de Catalunya en la Anella internacional del COPCA en www.copca.com

El punto de encuentro y difusión de todos los actos relacionados con el comercio exterior que se celebren en Catalunya. La herramienta para acceder a la información seleccionada para estar al día. La Agenda de la Internacionalización es la herramienta creada por el COPCA que recoge y publica todas las actividades relacionadas con el comercio exterior que se celebran en Catalunya organizadas por los agentes de la internacionalización. Estos actos, que son de interés para la empresa catalana interesada en crecer internacionalmente, están clasificados en los diferentes ámbitos temáticos:

Ayudas y subvenciones. Comercio exterior. Cooperación internacional. Financiación y cobertura de riesgo. Ferias, misiones y encuentros. Formación. Gestión internacional. Inversión exterior. Logística internacional. Nuevas tecnologías. Oportunidades en mercados exteriores. Recursos humanos.

La agenda permite que todas las entidades que organizan actividades relacionadas con la internacionalización puedan difundirlas a través del sitio web www.copca.com, añadiendo la información del acto. Además, las personas interesadas en asistir a los diferentes actos pueden formalizar su inscripción a través de la Agenda de la Internacionalización.

El nuevo formato de la Agenda permite al usuario realizar búsquedas mediante diferentes criterios: geográficos, sectorial, temático o por tipos de acto.

Además, la Agenda de la Internacionalización de Catalunya ofrece al usuario la posibilidad de suscribirse al boletín de la agenda que se difunde en su versión electrónica y de forma automática y personalizada de los actos que hagan referencia a los sectores seleccionados al darse de alta.



Agenda COPCA

Próxima visita a Barcelona de los directores y directoras de los Centros de Promoción de Negocios del COPCA en:

China: del 20 al 21 de mayo

España: del 27 al 28 de mayo

Italia: del 26 al 27 de mayo

Japón: del 13 al 14 de mayo

Dinamarca: del 27 al 28 de mayo

El Cuzco: del 26 al 27 de mayo

El Cairo: del 26 al 27 de mayo

Para más información consultar la página web www.copca.com.

cómo hacer negocios en...

En Australia puede registrarse una empresa en 2 días; en Haití se requieren 203. En Dinamarca no se paga nada para iniciar una empresa, mientras que en Camboya se paga el 500 % del ingreso per cápita. En Túnez se puede hacer cumplir un contrato en 7 días; en Guatemala se requieren más de 4 años. En Estados Unidos, Noruega y Nueva Zelanda los sistemas de información crediticia tienen historiales de crédito de casi todos los adultos, pero la proporción no llega al 1% de la población en China, Nigeria y Pakistán. En Irlanda la resolución de los casos de quiebra lleva 6 meses, pero en India tarda más de 11 años.

Estas extraordinarias diferencias se destacan en una nueva publicación del Banco Mundial, titulada *Doing Business in 2004: Understanding Regulation* (Hacer negocios en el 2004: un análisis sobre regulación). El análisis se basa en evaluaciones de la legislación y los reglamentos de cada país, con aportes y verificaciones a cargo de expertos locales que ayudan a empresarios a poner en marcha sus empresas, contratar y despedir trabajadores, hacer cumplir los contratos, obtener crédito y cerrar una empresa. Del voluminoso informe, destacan tres importantes conclusiones. A saber:

- Los países pobres son los que someten a las empresas a una reglamentación más rigurosa, que además es más engorrosa en todos los aspectos de la actividad empresarial. Bolivia, Burkina Faso, Chad, Costa Rica, Filipinas, Guatemala, Mali, Mozambique, Paraguay y Venezuela son los que aplican reglamentaciones más restrictivas. El régimen menos restrictivo se

da en un grupo de países mucho más ricos: Australia, Canadá, Dinamarca, Hong-Kong (China), Jamaica, Nueva Zelanda, Países Bajos, Reino Unido, Singapur y Suecia.

- Una reglamentación más restrictiva produce resultados desfavorables. En general, la reglamentación más restrictiva está vinculada con una mayor ineficiencia de las instituciones públicas y da lugar a mayor desempleo y corrupción y menor productividad e inversiones, pero no a un aumento de la calidad de los bienes privados o públicos.

- La política de la talla única. En muchos casos, lo que da buenos resultados en los países desarrollados funciona también en los países en desarrollo, contradiciendo la concepción común de que "el modelo de talla única no sirve para todos". En materia de reglamentación del procedimiento de constitución y registro de empresas, los países pueden reducir el número de trámites, limitándose a los verdaderamente necesarios, o sea: registro estadístico y registro en los sistemas tributario y de seguridad social, y utilizar la tecnología más avanzada para realizar el proceso de registro en forma electrónica. Estos cambios han producido excelentes resultados en países ricos como Canadá y Singapur, en países de ingreso mediano como Letonia y México, y en países pobres como Honduras, Moldavia, Pakistán y Vietnam. Análogamente, el diseño de un registro de información sobre solvencia crediticia ha democratizado los mercados de crédito no sólo en Bélgica y Turquía, sino también en Mozambique y Nicaragua.

¿cómo hacer negocios

en www.doingbusiness.org/doingbusiness2004.aspx

Como cada año, en su página web presenta una excelente base de información básica sobre el marco para hacer negocios con más de 130 países. *Doing Business in 2004* se ocupa de cinco temas: iniciación de actividades, contratación y despido de personal, exigencia del cumplimiento, obtención de crédito y cierre de una empresa.



Italia en España

www.italcamara-es.com/indexie.html

A pesar de ser un país vecino, Italia es un país singular y a la hora de hacer negocios no está de más ir bien asesorado. Si lo que el ávido lector quiere es encontrar información así como direcciones útiles, contactos y empresas italianas en España o viceversa, la web de la Cámara de Comercio Italiana en nuestro país es un buen comienzo.



Financiación

El Centro de Promoción de Negocios de la internacionalización de la empresa española ofrece este servicio especial sobre la disponibilidad de créditos FAD, donaciones FEV, ayudas de los países con los que España ha establecido programas financieros y exportaciones de empresas españolas. Eso sí, el informe es de carácter más IVA.



A continuación se relaciona una selección de los avisos de contrato 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.

Brasil Carreteras:

Provisión de trabajos de rehabilitación y servicios de mantenimiento de pavimentos. La fecha límite para la presentación de ofertas es el 26 de febrero de 2004. La persona de contacto es: Mr. Sebastiao Donizete. Bidding Department. SAN, Quadra 03 lote "A"-Ed. Núcleo dos Transportes- Brasilia/DF. Mezanino Sul. ZIP 70.040-902, Brasil. Tel.: (55-61)315-4155. Fax (55-61) 315-4055. C/e: acl@dnit.gov.br. N° convocatoria: WB2507-621/03.

Nepal Electricidad:

Suministro de bienes, trabajos y servicios en el marco de un proyecto de desarrollo del sector eléctrico. No se especifica fecha límite para la presentación de ofertas. Las personas de contacto son diferentes para cada uno de los tres componentes del proyecto: Componente A) Ayudas para el desarrollo eléctrico. Mr. Lek Man Singh, director general. Department of Electricity Development (DOED) Anam Nagar. Kathmandu, Nepal. Tel.: (977-1) 448-0218. Fax: (977-1) 448-0257. C/e: Imsingh@pshdp.wlink.com.np. Componente B) Programa de electrificación de pueblos Micro-Hydro. Dr. Madan Bahadur Basnyat. Executive director. Alternative Energy Promotion Centre (AEPIC). Krishna Galli. Lalitpur, Nepal. Tel.: (977-1) 553-9237. Fax: (977-1) 554-2397. C/e: energy@aepc.wlink.com.np. Componente C) Distribución y transmisión de la Autoridad eléctrica nepalí. Mr. Mahesh P. Acharya. Coordinator. Transmission Line/Substation Construction Department. Transmission and System Operation. Nepal Electricity Authority. Durbar Marg. Kathmandu, Nepal. Tel.: (977-1) 422-7698, 422-6889. Ext. 2301. Fax: (977-1) 424-3746. C/e: tldept@wlink.com.np. N° convocatoria: WB2376-620/03.

Nicaragua Sector financiero:

Provisión de servicios de consultoría para la actualización del marco regulatorio bancario y del no bancario, para la consolidación y ampliación de la capacidad técnica del personal y para el fortalecimiento del desarrollo estratégico e institucional de la SIBOIF (Superintendencia de Banco y Otras Instituciones Financieras de Nicaragua). No se especifica fecha límite para la presentación de ofertas. La agencia de contacto es: Superintendencia de Banco y Otras Instituciones Financieras. Km. 7 Carretera Sur. Managua, Nicaragua. Tel.: (505-2) 265-1555/58 Ext. 4112. C/e: mgonzalez@siboif.gob.ni. Página web: www.iadb.org/exr/doc98/apr/ni7975e.pdf. N° convocatoria: IADB521-621/03.

Macedonia Educación/Formación:

Suministro de bienes, obras y servicios de consultoría y formación en el marco del proyecto de modernización de la educación. No se especifica fecha límite para la presentación de ofertas. La persona de contacto es: Mrs. Aferdita Hadzijah Imeri. PCU Directo. Project Coordination Unit. Ministry of Education and Science. Bul. Ilindenska bb. Skopje. Macedonia. Tel./Fax: (389-2)312-9096. C/e: eduproject@mn.gov.mk. Página web: www.mon.gov.mk/PME. N° convocatoria: WB2265-622/04.

Rumanía Suministro y saneamiento de agua:

Rehabilitación, construcción y desarrollo de infraestructura relacionada con el tratamiento de aguas residuales. No se especifica fecha límite para la presentación de ofertas. La persona de contacto es: Mr. Sandor Trozsok, Head of PIU. Regia Autonoma AQUASERV Tirgu Mures. 1 Kos Karoly St. Tirgu Mures. 540297 Mures County, Romania. Tel.: (40-265) 215-263. Fax (40-265) 211-557. N° convocatoria: EBRD42-621/03.

Serbia y Montenegro Electricidad:

Suministro de bienes y servicios de consultoría para un proyecto de la industria de la energía eléctrica en Serbia. No se especifica fecha límite para la presentación de ofertas. Las personas de contacto son: Mr. Slobodan Mitrovic o Mr. Aleksandar Gajic. Elektroprivreda Srbije. Vojode Stepe 412, 11000 Beograd, Servia y Montenegro. Tel.: (381-11) 397-1926. Fax: (381-11) 397-1923. C/e: slobodan.mitrovic@dpu.eps.co.yu o aleksandar.gajic@dpu.eps.co.yu. N° convocatoria: EBRD40-620/03.



Reglamento (CE) n° 2111/2003 de la Comisión, de 1 de diciembre de 2003, relativo a las disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) n° 2202/96 del Consejo por el que se establece un régimen de ayuda a los productores de determinados cítricos. DOCE L-317 de 2.12.2003.

Reglamento (CE) n° 2127/2003 de la Comisión, de 2 de diciembre de 2003, por el que se establecen valores unitarios para la determinación del valor en aduana de determinadas mercancías perecederas. DOCE L-319 de 4.12.2003.

Reglamento (CE) n° 2132/2003 de la Comisión, de 4 de diciembre de 2003, que modifica el Reglamento (CE) n° 2799/1999 por el que se establecen las disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) n° 1255/1999 en relación con la concesión de una ayuda a la leche desnatada y a la leche desnatada en polvo destinadas a la alimentación animal y con la venta de dicha leche desnatada en polvo. DOCE L-320 de 5.12.2003.

Reglamento (CE) n° 2144/2003 de la Comisión, de 8 de diciembre de 2003, que modifica el Reglamento (CEE) n° 94/92 por el que se establecen las disposiciones de aplicación del régimen de importaciones de países terceros contemplado en el Reglamento (CEE) n° 2092/91 del Consejo. DOCE L-322 de 9.12.2003.

Reglamento (CE) n° 2145/2003 de la Comisión, de 8 de diciembre de 2003, por el que se modifica el anexo I del Reglamento (CEE) n° 2377/90 del Consejo por el que se establece un procedimiento comunitario de fijación de los límites máximos de residuos de medicamentos veterinarios en los alimentos de origen animal. DOCE L-322 de 9.12.2003.

Reglamento (CE) n° 2160/2003 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de noviembre de 2003, sobre el control de la salmonela y otros agentes zoonóticos específicos transmitidos por los alimentos. DOCE L-325 de 12.12.2003.

Reglamento (CE) n° 2173/2003 de la Comisión, de 12 de diciembre de 2003, que modifica el Reglamento (CE) n° 1799/2001 por el que se establecen las normas de comercialización de los cítricos. DOCE L-326 de 13.12.2003.

Reglamento (CE) n° 2198/2003 de la Comisión, de 16 de diciembre de 2003, que modifica el Reglamento (CE) n° 464/1999 por el que se establecen las disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) n° 2201/96 del Consejo en lo que respecta al régimen de ayuda a las ciruelas pasas. DOCE L-328 de 17.12.2003.

Reglamento (CE) n° 2205/2003 de la Comisión, de 17 de diciembre de 2003, por el que se modifica el anexo I del Reglamento (CEE) n° 2658/87 del Consejo relativo a la nomenclatura arancelaria y estadística y al arancel aduanero común. DOCE L-330 de 18.12.2003.

Reglamento (CE) n° 2211/2003 del Consejo, de 15 de diciembre de 2003, por el que se modifica el Reglamento (CE) n° 2501/2001 relativo a la aplicación de un sistema de preferencias arancelarias generalizadas para el período comprendido entre el 1 de enero de 2002 y el 31 de diciembre de 2004 y por el que se prorroga hasta el 31 de diciembre de 2005 el citado Reglamento. DOCE L-332 de 19.12.2003.

Reglamento (CE) n° 2212/2003 del Consejo, de 17 de diciembre de 2003, por el que se modifica el Reglamento (CE) n° 964/2003 por el que se establecen derechos antidumping definitivos sobre las importaciones de determinados accesorios de tubería, de hierro o de acero, originarios de la República Popular China y de Tailandia, y las consignadas desde Taiwán, tanto si se declaran originarias de Taiwán como si no. DOCE L-332 de 19.12.2003.

Reglamento (CE) n° 2238/2003 del Consejo, de 15 de diciembre de 2003, relativo a la protección frente a los efectos de la aplicación de la Ley antidumping de Estados Unidos de 1916 y de las medidas basadas en ella o derivadas de ella. DOCE L-333 de 20.12.2003.

Reglamento (CE) n° 2245/2003 de la Comisión, de 19 de diciembre de 2003, por el que se modifica el anexo III del Reglamento (CE) n° 999/2001 del Parlamento Europeo y del Consejo por lo que se refiere a los programas de seguimiento de las encefalopatías espongiformes transmisibles en animales ovinos y caprinos. DOCE L-333 de 20.12.2003.

Reglamento (CE) n° 2247/2003 de la Comisión, de 19 de diciembre de 2003, que establece disposiciones de aplicación en el sector de la carne de bovino del Reglamento (CE) n° 2286/2002 del Consejo por el que se establece el régimen aplicable a los productos agrícolas y a las mercancías resultantes de su transformación originarios de los Estados de África, del Caribe y del Pacífico (ACP). DOCE L-333 de 20.12.2003.

Reglamento (CE) n° 2180/2003 de la Comisión, de 5 de diciembre de 2003, que modifica el Reglamento (CEE) n° 3846/87 por el que se establece la nomenclatura de los productos agrarios para las restituciones a la exportación. DOCE L-335 de 22.12.2003.

Reglamento (CE) n° 2269/2003 de la Comisión, de 22 de diciembre de 2003, relativo a la apertura para el año 2004 de contingentes arancelarios aplicables a la importación en la Comunidad Europea de determinadas mercancías originarias de Islandia resultantes de la transformación de productos agrícolas contemplados en el Reglamento (CE) n° 3448/93 del Consejo. DOCE L-336 de 23.12.2003.

Reglamento (CE) n° 2271/2003 de la Comisión, de 22 de diciembre de 2003, relativo a la apertura para el año 2004 de contingentes arancelarios aplicables a la importación en la Comunidad Europea de determinados productos originarios de Rumanía. DOCE L-336 de 23.12.2003.

Reglamento (CE) n° 2272/2003 de la Comisión, de 22 de diciembre de 2003, relativo a la apertura para el año 2004 de contingentes arancelarios aplicables a la importación en la Comunidad Europea de determinadas mercancías procedentes de Turquía. DOCE L-336 de 23.12.2003.

Reglamento (CE) n° 2277/2003 de la Comisión, de 22 de diciembre de 2003, por el que se modifican los anexos I y II del Reglamento (CEE) n° 2092/91 del Consejo sobre la producción agrícola ecológica y su indicación en los productos agrarios y alimenticios. DOCE L-336 de 23.12.2003.

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@camprescat.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

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
Cards - Suministro y supervisión de repuestos y componentes para la reparación y la renovación de una excavadora de cuchara con ruedas (BWE) SRs-470, E-1B	YU-Pristina	09/02/04	2003/S 232-206636
ISPA - Ampliación del sistema de alcantarillado de Pécs y protección de las áreas con recursos hídricos vulnerables, trabajos 1 - Ampliación de los sistemas municipales de abastecimiento de agua potable y de recogida de aguas residuales - fase 1	HU-Pécs	05/03/04	2003/S 232-206637
Phare - Suministro de equipo de laboratorio, equipo de oficina y para centro de formación	SK-Bratislava	11/02/04	2003/S 232-206638
Estudio sobre la mejora de la metodología de ponderación de la red RICA	B-Bruselas	05/02/04	2003/S 232-206724
ISPA - Centro de gestión de residuos de Dolenjska - fase 1	SI-Novoo Mesto	09/03/04	2003/S 233-207439
MEDA - Compra de equipo destinado al sector de la reparación de maquinaria a motor de la OFPPT (Oficina de Formación Profesional y Promoción del Trabajo)	MA-Casablanca	09/02/04	2003/S 234-208100
MEDA - Equipamiento para el instituto de formación en el sector del calzado y laboratorio de control de calidad	GR-Kifissia	09/02/04	2003/S 234-208103
ISPA - Modernización de la línea ferroviaria E 30 en la sección Wegliniec-Legnica subsección Okmiany-Bolesawiec	PL-Varsovia	03/03/04	2003/S 234-208106
MEDA - Material para cantinas escolares	MA-Rabat	13/02/04	2003/S 235-209051
Phare - Seguridad marítima: adquisición de un simulador de organización del tráfico marítimo (VTS), Estonia	EE-Tallinn	05/02/04	2003/S 235-209062
Phare - Establecimiento de un sistema de gestión financiera de la salud pública (soluciones "disk array", suministro de equipo de TI y software)	CZ-Praga	09/02/04	2003/S 235-209063
ISPA - Sistema de gestión de residuos sólidos comunales en la zona de la llanura entre el Danubio y el Tisza	HU-Cegléd	16/03/04	2003/S 235-209068
Servicio de reestructuración y mantenimiento de las instalaciones de climatización, calefacción y ventilación en el Centro Común de Investigación	I-Ispra	13/02/04	2003/S 235-209163
ISPA - Programa de tratamiento de aguas residuales y saneamiento en la región de Sopron - Desarrollo del sistema de alcantarillado	HU-Sopron	05/04/04	2003/S 236-210049
Oxicloruro de cobre	BI-Bujumbura	09/03/04	2003/S 237-210793
Entrega, instalación y puesta en funcionamiento de equipo destinado a laboratorios veterinarios	CY-Nicosia	09/02/04	2003/S 237-210799
Phare - PL2002/000-580.06.30 Warminsko-Mazurskie - Desarrollo de las pyme en Olsztyn	PL-Olsztyn	08/03/04	2003/S 237-210805
ALA - Compra de vehículos con tracción en las cuatro ruedas para el proyecto de refuerzo sostenible de las competencias de las comunidades tribales (STEP)	IN-Visakhapatnam	14/02/03	2003/S 238-211550
MEDA - Material didáctico y pedagógico	MA-Rabat	09/02/04	2003/S 239-212465
MEDA - Mejora del sistema estadístico de Turquía en adquisición de suministros: equipo de TI y de comunicación	TR-Ankara	06/02/04	2003/S 239-212466
ISPA - Tratamiento de agua potable en 14 municipios de las cuencas hidrográficas de Letonia oriental, República de Letonia	LV-Riga	22/03/04	2003/S 239-212469
Cards - Suministros destinados a "Media Center - Ebart media documentation"	YU-Belgrado	09/02/04	2003/S 239-212471
ISPA - Mejora de la infraestructura ferroviaria de Polonia: líneas de ferrocarril 271 y 273 en el tramo del viaducto ferroviario Wroclaw Glowny - Wroclaw Grabiszyn en el km 0,612	PL-Varsovia	10/03/04	2003/S 239-212472
Cards - Suministro de equipo de TI para la Radio y Televisión de Serbia	YU-Belgrado	16/02/04	2003/S 240-213352
ISPA - Apoyo a la unidad de aplicación del proyecto relativo a la medida ISPA "Proyecto para el suministro de agua y alcantarillado de Bydgoszcz"/sistema de información de gestión de proyectos	F-París	12/02/04	2003/S 240-213355
MEDA - Suministro de vehículos utilitarios	DZ-Annaba	16/02/04	2003/S 241-214158
Equipo de laboratorio fitosanitario	TR-Ankara	01/03/04	2003/S 241-214159
Phare - Adquisición de máquina impresora offset formato B/2 con el fin de mejorar la capacidad de impresión de las empresas multinacionales	HU-Budapest	16/02/04	2003/S 241-214163
ISPA - Extensión de las redes hídricas y del alcantarillado de Valga	EE-Valga	15/03/04	2003/S 241-214164
Renovación del sistema de control a distancia de las instalaciones tecnológicas existentes en el Centro Común de Investigación	I-Ispra	26/03/04	2003/S 241-214240
Phare - 2002/000-605.06.04 Estimulación del desarrollo económico en Skierniewice	PL-Skierniewice	23/03/04	2003/S 243-215649
ISPA - Modernización del sistema de alcantarillado de Olomouc	CZ-Olomouc	29/03/04	2003/S 243-215650
Phare - Desarrollo tecnológico de la industria maderera y disminución de residuos (adquisición de equipamiento)	HU-Algyö	23/02/04	2003/S 243-215652
Cards - Suministro de equipo de producción para la Radio y Televisión Serbia, programa 2003	YU-Belgrado	20/02/04	2003/S 243-215662
Contrato marco relativo al suministro de software de gestión integrada de bibliotecas y servicios conexos, para su empleo por la Biblioteca Central y la red de bibliotecas de las direcciones generales de la Comisión Europea, con concesión del derecho de uso de la licencia permanente	B-Bruselas	27/02/04	2003/S 243-215749
ALA - Equipo de computación	BO-El Alto	10/02/04	2003/S 245-217367
Tacis - Desarrollo del turismo en el Noroeste de Rusia	B-Bruselas	06/02/04	2003/S 246-21827

LICITACIONES	LUGAR	FECHA LÍMITE	CÓDIGO
Cards - Apoyo al sector financiero de Kosovo a través de la cofinanciación de asistencia técnica a favor de la Asociación de Bancos de Kosovo (KBA)	YU-Pristina	02/02/04	2003/S 246-218271
Cards - Suministro de 47 vehículos para las oficinas de asistencia aduanera	B-Bruselas	24/02/04	2003/S 246-218277
Tacis - Competencias en materia electrónica para las pyme rusas	B-Bruselas	06/02/04	2003/S 247-219189
Tacis - Cooperativas de crédito	B-Bruselas	03/02/04	2003/S 247-219190
ISPA - Mejora del corredor de transporte IXB durante los años 2003-2004 - Fase nº 2 del proyecto	LT-Vilnius	31/03/04	2003/S 247-219191
Tacis - Desarrollo de las pyme en la región del Mar Báltico	B-Bruselas	3/02/04	2003/S 247-219193
Cards - Suministro de equipo de oficina para las oficinas de asistencia aduanera	B-Bruselas	04/03/04	2003/S 247-219194
Phare - Suministro de equipo técnico para Intrastat-SK	SK-Bratislava	23/02/04	2003/S 247-219195
Cards - Suministro de equipo de investigación para las oficinas de asistencia aduanera	B-Bruselas	02/03/04	2003/S 247-219196
MEDA - Suministro de agua potable y saneamiento de centros pequeños, saneamiento líquido de los centros de Berkane y Taourirt	MA-Rabat	08/04/04	2003/S 248-220136
ISPA - Modernización de la señalización y del sistema de suministro de electricidad en el corredor de Crete, sección IXB Siauliai-Klaipeda, Lituania	LT-Vilnius	05/04/04	2003/S 248-220142
Cards - Suministro de equipo fitosanitario	MK-Skopie	02/03/04	2003/S 248-220143
ISPA - Gestión de residuos en Pärnu	EE-Pärnu	29/03/04	2003/S 248-220153
Cards - Suministro de equipo de TI para las oficinas de asistencia aduanera	B-Bruselas	22/03/04	2003/S 248-220155
Phare - e-LST: refuerzo de la capacidad administrativa y técnica como un medio para convertirse en miembro titular de CEN/CENELEC	LT-Vilnius	23/02/04	2003/S 248-220156
Tacis - Suministro de equipo para el sistema de control de la salud y del medio ambiente de la Agencia Rusa de Municiones en el marco del contrato de ayuda exterior de la Comunidad Europea nº 2002/027-570 "Armas químicas III, Federación de Rusia"	DK-Lyngby	24/02/04	2003/S 248-220163
Trabajos de limpieza y servicios conexos en el edificio "Tour A"	L-Luxemburgo	09/02/04	2003/S 248-220251
Equipo de laboratorio veterinario y productos para epidemiología - Turquía	TR-Ankara	08/03/04	2003/S 250-222349
Vehículos todoterreno	SN-Dakar	20/03/04	2003/S 250-222359
Phare - Preparación técnica del proyecto de urbanización del parque industrial de Klaipeda	LT-Vilnius	09/02/04	2003/S 250-222365
ISPA - Mejora de la calidad del agua en Bialystok, planta de ozonización intermedia y filtros de carbono en la planta de Wasilkow-Pietrasze	PL-Bialystok	30/03/04	2003/S 250-222366
Phare - Equipo para el desarrollo de un sistema de gestión relacionado con la migración y el asilo	LT-Vilnius	03/03/04	2003/S 250-222367
Asistencia técnica para la aplicación del Reglamento (CE) nº 304/2003 del Parlamento Europeo y del Consejo relativo a la exportación e importación de productos químicos peligrosos	B-Bruselas	09/02/04	2003/S 250-222407
Servicios externos de red	B-Bruselas	25/03/04	2003/S 250-222408
Servicio relativo al transporte rápido de correo, documentos y otros objetos desde el Centro Común de Investigación (CCI), Ispra	I-Ispra	16/02/04	2003/S 250-222412
Trabajos de microfilmación	B-Bruselas	23/02/04	2003/S 250-222413
Tacis - Apoyo a los servicios municipales	B-Bruselas	13/02/04	2003/S 251-222918
Tacis - Reconstrucción del sistema de protección contra la presión excesiva en el circuito primario de las unidades 1 y 2	UA-Kiev	15/04/04	2003/S 251-222919
Phare - Producción de fotografías aéreas, mapas ortofotográficos e imágenes por satélite para el sistema de identificación de parcelas de terreno y la actualización de una base de datos de bloques físicos	LT-Vilnius	04/02/04	2003/S 251-222920
Phare - Suministro de equipo de laboratorio para el Laboratorio de Referencia Nacional Eslovaco para el Agua	SK-Bratislava	18/03/04	2003/S 251-222921
Tacis - Establecimiento de reglamentos y leyes para el mercado hipotecario	B-Bruselas	13/02/04	2003/S 251-222922
Phare - Construcción de la carretera de acceso al cruce fronterizo de Rudozem entre Bulgaria y Grecia	BG-Sofía	05/04/04	2003/S 251-222925
Cards - Suministro de equipo para redes informáticas	BA-Sarajevo	01/03/04	2003/S 251-222929
Prestación de servicios de vigilancia y guardia de seguridad para los locales de las representaciones de la Comisión Europea en Italia, en Roma (lote 1) y en Milán (lote 2)	I-Roma	09/02/04	2003/S 251-222985
ALA - Asistencia técnica para ejecución del segundo Laboratorio de Paz	CO-Bogotá	16/02/04	2004/S 1-000001
Grupos motobombas con partes de recambio	ML-Bamako	31/03/04	2004/S 1-000002
Material informático	ML-Bamako	31/03/04	2004/S 1-000003
ISPA - Supervisión técnica de tres contratos de obras y asistencia a la administración del proyecto de desarrollo de la gestión de los recursos hídricos en Rezekne, Letonia	LV-Riga	12/02/04	2004/S 1-000004
Phare - Proyecto "Sunrise Valley: breaking grounds"	LT-Vilnius	10/02/04	2004/S 1-000005
Phare - Asistencia técnica para poner en práctica las medidas clave del programa de aplicación de la estrategia anticorrupción	BG-Sofía	13/02/04	2004/S 1-000006
ISPA - Asistencia técnica al Centro Regional de Gestión de Residuos de Telsiai	LT-Vilnius	17/02/04	2004/S 1-000008
Suministro de asistencia técnica y científica para la red TNet	GR-Tesalónica	13/02/04	2004/S 1-000079
Eurobarómetro estándar (lote 1) y control de calidad de los sondeos Eurobarómetro estándar (lote 2)	B-Bruselas	25/02/04	2004/S 1-000083
Prestación de servicios para la gestión electrónica de documentos recibidos relativos a las marcas, dibujos y modelos comunitarios: indización de fax, digitalización y formateado de imágenes	E-Alicante	13/02/04	2004/S 1-000084
Programa hidráulico en pueblos de Alta Guinea y Guinea Forestal	GN-Conakry	09/04/04	2004/S 2-000976
Tacis - Unidad de gestión conjunta	B-Bruselas	05/02/04	2004/S 2-000979
ISPA - Tratamiento de aguas residuales del municipio de Szeged y desarrollo del sistema de recogida proyecto nº 2 construcción de los sistemas de alcantarillado en la zona Dél-Ujszeged (Comunidades de Deszk, Kübekháza, Tiszasziget, Újszentiván)	HU-Szeged	16/04/04	2004/S 2-000980
Provisión de suministros de oficina	NL-La Haya	13/02/04	2004/S 2-001011

Demanda Comercial

Alimentación-Bebidas

ALIMENTACIÓN

Italia
MAURO DEL RE
Tel.: 39 089 4687669
Fax: 39 089 4687669
maurodelre@email.it
Ref.: 20031336

ACEITE DE GIRASOL

Turquía
TURKAS FOREIGN TRADE
Rami Talimbane Cad. Nº 7
EYÜP ISTANBUL
Ali Karagöz
Tel.: 90 212 6152110
Fax: 90 212 5644189
turkas@superonline.com
Ref.: 200312004

ACEITE DE OLIVA

Nepal
VIJAYA ENTERPRISES
2nd Fl. Mercantile Bldg. Above Hi-Cola C
KATHMANDU
Tel.: 977 1 4222529
Fax: 977 1 4228268
vijaj@vijay-ent.com
Ref.: 20031350

ALIMENTACIÓN

México
IMPORTACIONES VEGA
Roberto Gayol, 1309-503, Col. del Valle
MÉXICO D.F.
Salvador Villalobos
Tel.: 52 55 55753324
Fax: 52 55 55711383
villalobos101@aol.com
Ref.: 200312015

CONCENTRADO DE MANDARINA

Polonia
SOKPOL SP Z.O.O.
ul. Kosciuszki 8
42-300 MYSZKOW
Krzystian Oleksiak
Tel.: 48 34 3137270
Fax: 48 34 3131081
krzystian.oleksiak@sokpol.pl
www.sokpol.pl
Ref.: 20031359

CREMAS Y PASTELERÍA

Portugal
RIBE'S GOURMET, LDA.
Rua de Sao Luis, 2, 6º dt.
2780-035 OELRAS
Fernando Ribeiro
Tel.: 351 214415757
Fax: 351 214415757
f.rib@clix.pt
Ref.: 20031364

DULCES Y CHOCOLATES

México
IMPERMEABILIZACIONES
CONFIABLES, S.A.
Vía Láctea, 365,
Jardines de Satélite, N
EDO, DE MÉXICO
Javier Obregón A.
Tel.: 52 55 53439895
Fax: 52 55 53439895
impercon2000@yahoo.com
www.impercon.com.mx
Ref.: 20031347

NARANJA CONGELADA

Suiza
EDY BUCHER INTL TRADING
Chemin des Utins 2
CH-1026 ECHANDENS
Tel.: 41 21 7012488
Fax: 41 21 7012489
contact@edy-bucher.ch
Ref.: 200313371

PIMIENTOS

Polonia
SPA
ul. 1-go Maja 13
62-510 KONIN
Tel.: 48 63 2457426
Fax: 48 63 2457206
spa@spa-spa.pl
www.spa-spa.pl
Ref.: 200313360

TORTILLA, PROD. DE SOJA

Reino Unido
M. LUIS PRIETO
75 Abbey Road
OXFORD OX2 0AD
Tel.: 44 1865 242718
198prieto@aol.com
Ref.: 200313368

WHISKY, CAVA Y PATATAS

Portugal
JOAO FERREIRA
Fax: 351 219404409
Ref.: 200313361

Artesanía-Joyería-Regalo-Ocio

FABRICANTES DE JUGUETES

Panamá
INTERNACIONAL DE
DISEÑO Y PROYECTOS
Apdo. Postal 870936
PANAMÁ
Javier Gasull
Tel.: 507 2653546
Fax: 507 2235756
idp@sinfo.net
Ref.: 200312018

FABRICANTES DE JUGUETES

Panamá
SERVICIO INTERNACIONAL LEWIS
Av. 25 B y Av. Balboa
PANAMÁ 5
Ruperto Cervantes
Tel.: 507 2121888
Fax: 507 2121250
rcervantes@lewiserv.com
Ref.: 200312019

JUGUETES, VÍDEOS EDUCATIVOS

Francia
HP3 DIFFUSION
205 Chemin des Amandiers
LUNEL 34400
Haquin Patrick
Tel.: 33 4 67712091
Fax: 33 4 67712091
hp3-diffusion@wanadoo.fr
Ref.: 20031314

REGALO Y DECORACIÓN

Francia
PASCAL WALFART
SALDAÑA Y ASOCIADOS,
Av. Insurgentes Sur, 1235, 8º, Col.
MÉXICO D.F.
Tel.: 52 55 54820315
Fax: 52 55 50632826
azh_salmo_1909@yahoo.com
Ref.: 200313349

RELOJES DE PESAS

Francia
MARCEL LARIVIERE
Tel.: 33 3 84433606
Fax: 33 3 84433606
Ref.: 20031317

VELAS

Francia
SANCTUAIRE SAINT ROCH DE MONT-PELLIER
Tel.: 33 4 67527487
strochmontp@wanadoo.fr
Ref.: 200313125

Automoción-Naval-Aeronáutica

ACCESORIOS PARA AUTOMÓVILES

Lituania
ROIT JSC
10 Narucio Str.
KAUNAS LT-3000
Renatas Streikus
Tel.: 370 61537528
srenatas@centras.lt
Ref.: 200312014

COMPONENTES PARA COCHES

Portugal
JOSE ARTUR DA SILVA CUNHA
Tel.: 351 936530112
Fax: 351 255733149
Ref.: 200313362

COMPONENTES Y ACCESORIOS

Pakistán
GEIKEN INTERNATIONAL
P.O. Box 3576
KARACHI-74800
geikenparts@hotmail.com
Ref.: 200313351

CONSTRUCCIÓN NAVAL

Polonia
ANMARINE
ul. Bema 16/7
ul.1-386 GDYNIA
Tel.: 48 58 6699800
Fax: 48 58 6204082
anmarine@anmarine.pl
www.anmarine.pl
Ref.: 200313354

CÁMARAS DE CAUCHO

Pakistán
M. ASHFAQ S/O M. SHARIF
Dagbari Road, Namak Mandi
PESHAWAR CITY
mashaq@hotmail.com
Ref.: 200313353

EMBARCACIONES HINCHABLES

Francia
RIVER SARL
Tel.: 33 1 42271680
Fax: 33 1 42270920
rivergulf@online.fr
Ref.: 200311324

PROF. REPARACIÓN AUTOMÓV.

Francia
SUD PEINTURES DIFFUSION S.A.
Tel.: 33 4 91246035
Fax: 33 4 91470482
Ref.: 200311330

Construcción-Electricidad

BALDOSAS

México
CONSTRUCTORA COFUSA
Av. Paseo de la Reforma, 155, 6º
MÉXICO D.F.
Daniel Sánchez V.
Tel.: 52 55 55660660
Fax: 52 55 55926685
Ref.: 200311343

CHALETES DE MADERA

Francia
MENUISERIE ART ET DECO
Acatlán 104-M, Col. La Paz
72160 PUEBLA
Saúl Lozada Lorencéz
Tel.: 52 222 2482652
Fax: 52 222 2313829
saul@biomaterialesysistemas.com
www.biomaterialesysistemas.com
Ref.: 200311341

CONSTRUCCIONES DE ACERO

Turquía
HCS
Suzuzbag Sokak 31/I, Pasalimani
34074 USKUDAR IST.
Rafet Azak
Tel.: 90 216 4923982
Fax: 90 216 4923982
Ref.: 200312000

GRANITO

México
SALDAÑA Y ASOCIADOS,
Av. Insurgentes Sur, 1235, 8º, Col.
MÉXICO D.F.
Tel.: 52 55 54820315
Fax: 52 55 50632826
azh_salmo_1909@yahoo.com
Ref.: 200311349

HORMIGÓN

Portugal
TOBIAS, ROSARIA & RODRIGUES LDA.
Rua Padre Americo, Monteiro de
Aguilar, V
2675 ODIVELAS
Tel.: 351 219385545
Fax: 351 219388010
Ref.: 200311365

PARQUES DE ATRACCIONES

Turquía
KIDSSHOW
Karatepe Mah. Selahattin Kormaç
Sok. Y
BAKIRKÖY ISTANBUL
Tel.: 90 532 27671777
epolat@kidsshow.net
Ref.: 200312001

VALLAS

Portugal
TRIFESAL
Estrada Nacional 249
2785-034 SAO DOMINGO
Luis Moreno
Tel.: 351 21 9259232
Fax: 351 21 9253188
Ref.: 200311367

Electrónica-Infomática

IMPRESORAS

Francia
YVAN BESERMEI
Tel.: 33 4 42577109
Fax: 33 4 42671904
Ref.: 200311334

Hogar-Electrodomésticos

DECORACIÓN DEL HOGAR

Francia
HP3 DIFFUSION
205 Chemin des Amandiers
LUNEL 34400
Haquin Patrick
Tel.: 33 4 67712091
Fax: 33 4 67712091
hp3-diffusion@wanadoo.fr
Ref.: 20031315

FREGADEROS

Polonia
KUCHINOX
Al. Kosciuszki 3
90-418 LODZ
Tel.: 48 42 6383070
Fax: 48 42 6325483
biuro@kuchinox.pl
Ref.: 200311355

MANTELERÍAS

México
COMERCIALIZADORA NUREY
Canela 260 Bis, Col. Granjas, Del
Ixtaca
08400 MÉXICO D.F.
Nuri Turquie Hop
Tel.: 52 55 56504066
Fax: 52 55 56541316
nrturquie@hotmail.com
Ref.: 200311342

MUEBLES Y DECORACIÓN

EEUU
SCHENKER, INC.
150 Albany Avenue
FREEPORT NY 11520
Mr. A de Benedetti
Tel.: 1 516 4035428
Fax: 1 516 3773033
Ref.: 200311311

Hospitalario-Colectividades

EQUIPOS ODONTOLÓGICOS

México
BIOMATERIALES SISTEMAS Y EQUIPOS
Acatlán 104-M, Col. La Paz
72160 PUEBLA
Saúl Lozada Lorencéz
Tel.: 52 222 2482652
Fax: 52 222 2313829
saul@biomaterialesysistemas.com
www.biomaterialesysistemas.com
Ref.: 200311341

MUEBLES Y EQUIPOS P. COLECTIV.

El Salvador
CÁMARA ESPAÑOLA DE COM.
Gran Plaza, Local 503, 5º piso, Col.
SAN SALVADOR
Tel.: 503 2754444
Fax: 503 2451132
informacion@camacoec.com.sv
Ref.: 200311308

Madera-Corcho-Cerámica-Vidrio

FÓSFOROS

Lituania
JSC LIEPSNA
Raudondvario pl. 94
KAUNAS LT-3021
Jurgita Zvirblyte
Tel.: 370 37 363439
Fax: 370 37 362331
jurga@liepsna.lt
www.liepsna.lt
Ref.: 200311337

Metálico-Bienes de equipo

BARRERAS DE SEGURIDAD
Francia
SOMEPRAL
Fax: 33 1 42221926
Ref.: 200311327

CHAPA

Francia
SPEG PRONERGY
Tel.: 33 1 69317596
Fax: 33 1 69317591
fadl.k@pronergy.net
Ref.: 200311328

EQUIPAMIENTO DEPORTIVO

Francia
MAULAT
Tel.: 33 1 48895868
Fax: 33 1 48836129
Ref.: 200311318

HERRAMIENTAS DE CORTE

México
HERRAMIENTAS Y EQUIPOS ESPECIALES
Norte 77, 3314 Col. Obrero Popular
MÉXICO D.F.
Gerardo Mercado R.
Tel.: 52 55 53420750
Fax: 52 55 53420750
gerardomrivas@hotmail.com
Ref.: 200311346

MAQ. P. PROCESADO DE CACAHUETE

E.M.O.
B.P. 1136
THIES
Mady Oualy
Tel.: 221 5586102
Fax: 221 9564019
emo@yahoo.fr
Ref.: 200311369

MAQUINARIA PARA TABACO

Turquía
ASIA ULUSLARARASI TEMSILCILIK
LTD. STI.
Atiye Sokak Ak Apt. Nº 7/4
80200 TESVIKYE-IST.
Atilla Hunal
Tel.: 90 212 2473206
Fax: 90 212 2349560
atillahunal@hotmail.com
Ref.: 200311373

PLANTAS ELÉCTRICAS

Siria
MOUMTAZE NAHAS
P.O. Box 2912
DAMASCUS
Tel.: 963 11 2129182
Fax: 963 11 2124712
dr.nahas@net.sy
www.prof-nahas.com
Ref.: 200311370

PRODUCTOS INDUSTRIALES

Francia
BRUNO MACERON
Tel.: 33 1 30583562
bruno.maceron@free.fr
Ref.: 200312007

TUBOS, CODOS, PLANCHAS

Francia
LA COMMERCIALE DES METAUX
21 St. Mitre 2, Chemin de la Vallée
13400 AUBAGNE
Jean Louis Legendre
Tel.: 33 4 42187060
Fax: 33 4 42030097
contact@commercialedesmetaux.fr
www.commercialedesmetaux.fr
Ref.: 200311316

Papel-Artes gráficas-Material oficinas

MATERIAL PUBLICITARIO

Francia
REPRO SYSTEME
Tel.: 33 4 68666662
Fax: 33 4 68666676
Ref.: 200311323

PLANCHAS OFFSET

Etiopia
ALLCHEM PLC
P.O. Box 4421
ADDIS ABEBA
Michael Yohannes
Tel.: 251 1 628600
Fax: 251 1 628604
biselex.eth@telecom.net.et
Ref.: 200311312

Perfumería-Farmacia

COSMÉTICA
Colombia
BAM S.A.
BOGOTÁ
Adriana Junta
proyectos@bam.com.co
Ref.: 200311309

CUCHILLAS DE AFEITAR

Turquía
RAVA GROUP DIS TIC.
ISTANBUL
Ahad Jabbarisan
Fax: 90 212 8527024
info@ravagroup.com.tr
Ref.: 200312003

MEDICAMENTOS

Portugal
MIGUEL ALMEIDA
Rua Marechal Saldanha 865, 1º eqs.
4150 PORTO
Tel.: 351 933429020
imfalmedia@netcabopt
Ref.: 200311363

PEINES Y CERA

Portugal
TRICO BIOTOS
Praceta Manuel Maria Afonso, 1
2735-129 CAECEM
Samuel Obadia
Tel.: 351 21 4326524
Fax: 351 21 4326526
Ref.: 200311366

PELUQUERÍAS

Mauricio
WIDE STONE INTERNATIONAL LTD.
38 Souillac Street
PORT LOUIS
M. Shameer Wazeerkhan
Tel.: 230 2108947
Fax: 230 2085333
widestone37@hotmail.com
Ref.: 200311340

Químico-Plástico-Materias primas

ENVASES PARA COSMÉTICOS

México
CORP. MEXICANA DE COSMETOLOGÍA
Segundo Callejón de Río San
Joaquín 10,
MÉXICO D.F.
Tel.: 52 55 53956439
Fax: 52 55 53956438
normisramirez@hotmail.com
Ref.: 200311344

GLICERINA, ACEITES, ÁCIDOS

México
QUÍMICA OCCIDENTAL, S.A. DE C.V.
Av. Luis Braille, 135, Col.
Independenci
03630 MÉXICO D.F.
Jacinto Santomé J.
Tel.: 52 55 56724581
Fax: 52 55 55321096
quimicoacc@prodigy.net.mx
Ref.: 200311348

INSECTICIDAS

Francia
NOBLESS S.A.
Tel.: 33 1 42776054
Fax: 33 1 42741414
Ref.: 200311321

MERCURIO PARA ESPEJOS

EEUU
MANAGEMENT CONSULTANT GROUP
6693 Collins Ave. Suite 999
MIAMI BEACH FL 33141
Talmage Murray
managementcg@hotmail.com
Ref.: 200311310

ÓXIDO DE COBRE

Turquía
KORUSAN
Y. K. Bank Ishani Valikonagi Cad. 173
NISANTASI ISTANBUL
Alpaslan Tiryaki
Tel.: 90 212 2466104
Fax: 90 212 2402199
korusan@e-kolay.net
Ref.: 200312002

Textil-Cuero-Calzado

CUERO

Polonia
POL-SKOR
ul. Obywatelska 137
94-104 LODZ
Tel.: 48 42 6866248
Fax: 48 42 6862908
Ref.: 200311357

CUERO ARTIFICIAL

Pakistán
LIAQUAT HUSSAIN & SONS
Juna Market Jilani Market Ghulam
Shah St
KARACHI
Fax: 92 21 2433001
impak@super.net.pk
Ref.: 200311352

HILOS

Polonia
RUFLEX
ul. Poniatowskiego 4
91-223 LODZ
Web: www.rufflex.com.pl
Tel.: 48 42 6521072
Fax: 48 42 6522122
poczta@rufflex.com.pl
Ref.: 200311358

PRENDAS DE VESTIR

Malta
STEFAN BORG
"Sistina" Triq il-Kappella Tax-Xagħra
Sa
NAXXAR
Fax: 356 21 430233
st_borg@di-ve.com
Ref.: 200311339

VESTIDOS DE NOVIA

Taiwán
CHIA ZUNG TRADING CO. LTD.
11, Alley 28, Lane 273, Section 3,
Tung
TAINAN 701
David Yang
Tel.: 886 6 2687979
Fax: 886 6 2677886
chiazung@ms16.hinet.net
www.chiazung.com.tw
Ref.: 200311372

preguntas más frecuentes...

documentos aduaneros

¿Qué es una información arancelaria vinculante?

La información arancelaria vinculante (IAV) es un documento expedido por las autoridades aduaneras en el que se indica la clasificación de las mercancías descritas en la solicitud. En la solicitud se deberán incluir todos los datos necesarios para la correcta identificación y clasificación de la mercancía (materiales, composiciones, etc.), adjuntando, si es necesario, folleto o muestra representativa de la mercancía. Podrán indicarse la confidencialidad o no de los datos aportados. Hay que tener en consideración que una IAV sólo podrá solicitarse ante una operación que tengamos previsión de realizar.

El plazo en que las autoridades aduaneras deberán contestar a la solicitud de IAV no debe exceder de 3 meses desde la presentación de la solicitud y la notificación deberá ser por escrito.

