



PAIC 2005, a la conquista del mundo

Especial EEUU:
el paraíso del consumismo

Nex Pipe, el primer paso
en la internacionalización



Entren en el servicio sin fronteras

Nuestros servicios, a su alcance en cualquier país de Europa.

El Grupo Banco Sabadell está preparado para dar una ventaja competitiva a su empresa. Mediante BS Europa le ofrecemos atención personalizada a través de nuestra

red de sucursales, oficinas de representación y acuerdos internacionales para Europa Central y Oriental.

Solicite más información en BSEuropa@bancsabadell.com.

BancoSabadell

• SabadellAtlántico • BancoHerrero • Solbank

Soluciones para la empresa



sumario

04 En portada:
un plan para conquistar
el mundo



10 El NEX PIPE crece

11 PAIC 2005

19 Apuntes

20 Especial EEUU:
el mercado más saturado
del mundo

24 Agenda

carta abierta

un empujón a la internacionalización del país

Si hay un aspecto que caracteriza a las Cámaras de Comercio, y especialmente a las Cámaras de Comercio de Catalunya, es la preocupación por la promoción internacional.

De hecho, las Cámaras de Comercio catalanas no han hecho otra cosa que recoger el espíritu emprendedor de la sociedad civil y el empuje y dinamismo de un sector empresarial abierto y claramente competitivo.

Y lo hemos hecho en estrecha colaboración con la Generalitat de Catalunya y concretamente con el Consorcio de Promoción Comercial (COPCA).

Este año, en el seno del Plan para la Internacionalización de la Empresa Catalana, y en el marco del Plan Cameral de Promoción de Exportaciones, se ha hecho un especial esfuerzo de coordinación entre todas las Cámaras catalanas.

Se ha pretendido ofrecer una oferta unitaria que pueda dar una respuesta práctica a las necesidades empresariales. La iniciativa ha sido muy bien recibida, lo cual nos anima a continuar en esta misma línea de trabajo en el futuro.

La aportación de las Cámaras a la internacionalización de la economía catalana es realmente importante y considerable. Basta con dar un vistazo a algunas de las acciones que se contemplan para el próximo año en el marco del Plan de Acción Internacional:

59 acciones a países de la UE.

24 acciones a Asia.

16 a América Latina.

6 a América del Norte.

6 al África subsahariana.

5 al Norte de África.

1 a Oceanía.

Las Cámaras catalanas seguiremos colaborando directa y activamente en todas aquellas acciones, programas e iniciativas que tengan como objetivo la promoción internacional de nuestro sector empresarial.

Antoni Peñaroya

Presidente de la Cámara de Comercio de Sabadell
y de la Comisión de Comercio Exterior
del Consell General de Cambres de Catalunya

un plan para conquistar el mundo

El Consell General de Cambres de Catalunya ha elaborado ya la que será la agenda más ambiciosa de los últimos años para ayudar a la empresa catalana en su aventura exterior. El Plan de Acción Internacional de Catalunya 2005 (PAIC 05) recoge todo lo necesario para la aventura exportadora.

Dicho plan se ha elaborado contando con la colaboración de los otros 2 grandes organismos que impulsan la internacionalización de la economía catalana: COPCA e ICEX. De ahí su meticulosidad. Es por eso que el objetivo del Consell ha sido que el presente PAIC ayude a “desarrollar, planificar y hacer operativa la competitividad internacional de las empresas a través de un conjunto de acciones que permitan el establecimiento de relaciones económicas” con otras empresas en otros países. A través de una minuciosa coordinación entre las 13 Cámaras catalanas, las empresas tienen a su disposición esta útil herramienta que les ha de servir para consolidar sus posiciones o para abordar esos siempre difíciles primeros pasos. El Plan recoge 3 niveles complementarios: por una parte, el estratégico, que es una definición micro y macroeconómica de las áreas con mayor dinamismo en las que habría que estar por las grandes oportunidades de negocio que se pueden hallar. El segundo nivel es el sectorial. No todos los sectores tienen el mismo dinamismo ni todos presentan las mismas oportunidades de negocio. El PAIC ha intentado, pues, detectar cuáles son los más interesantes de cara a la aventura exterior. El tercer y último nivel es el operativo. Realizar una misión comercial es algo que con-

lleva un trabajo importante, ya que hay que estar en contacto con el país de destino, se han de organizar las agendas de trabajo y eso es demasiado para sólo una empresa novicia en estas lides. Que las Cámaras sepan qué, cómo y cuándo hacerlo es fundamental para ayudar a tener éxito en la internacionalización. El PAIC recoge una amplia y variada oferta de acciones que, en función de

El PAIC recoge una amplia y variada oferta de acciones que, en función de su tipología, sirven de manera muy específica a todas las empresas en función de sus objetivos

su tipología, sirven de manera muy específica a todas las empresas en función de sus objetivos. A continuación se ofrece la descripción detallada de cada una de ellas, que bien podrían dividirse en acciones de promoción y de formación.

Misiones directas

Son viajes comerciales en que los empresarios catalanes se desplazan a

terceros países para entrar en contacto con clientes potenciales. Con este tipo de acción se consigue un contacto directo con potenciales compradores o suministradores, un conocimiento *in situ* de las oportunidades del país, acceder de manera directa a la competencia local, así como el conocimiento de los usos y costumbres en la forma de realizar los negocios. Es una manera ideal para iniciarse en la exportación, porque además de la experiencia personal permite un contacto permanente con el resto de miembros de la expedición. Compartir experiencias es una manera tan válida como cualquier otra de aprender.

Misiones inversas

A diferencia de las anteriores, quien viaja no es la empresa catalana sino que son los clientes potenciales quienes visitan nuestro país. Es, pues, un producto diseñado para satisfacer el interés internacional de las empresas que no disponen de recursos suficientes para llevar a cabo una actividad exportadora activa o bien para empresas con una amplia presencia internacional pero que quieren aprovechar la oportunidad que se plantea con la visita de potenciales nuevos clientes. De este modo, además de un rodaje en la toma de contacto con empresas de

otros países, las empresas amplían sus horizontes sin salir de casa.

Puentes empresariales (Business Bridges)

De reciente creación, estos puentes empresariales se basan en un viaje institucional y empresarial a través del cual se pretende acaparar el interés de la ciudad de destino a través de los contactos al más alto nivel. De esta manera, se pretende conseguir un triple objetivo: primero, crear y desarrollar un puente empresarial basado en la cadena de valor del negocio en todos los ámbitos con tal de establecer relaciones empresariales estables de cara al futuro; segundo, promover Barcelona como centro de negocios que dispone de un gran potencial económico y comercial, y tercero, conocer las oportunidades económicas y analizar los factores competitivos y las claves del éxito de las regiones y ciudades que se visitan.

Ferias

Supone un instrumento imprescindible para dar a conocer al mundo las novedades periódicas que las empresas anuncian, en un marco pensado para ello. Visitar de manera agrupada las principales ferias mundiales es una actividad que repercute positivamente en la mayoría de visitantes: pone en contacto a posibles clientes, da ideas y permite el análisis del sector de un modo rápido y cómodo. Y todo, en 1, 2 ó 3 días.

Misiones inversoras

Diseñadas especialmente para aquellas empresas que tienen la necesidad y la voluntad de invertir y/o implantarse internacionalmente. Son viajes institucionales y empresariales que pretenden captar el interés de empresas privadas con necesidades de financiación o de *knowledge* y empresas públicas con proyectos de gran envergadura que no pueden ser desarrollados por empresas locales. En este tipo de misión, los participantes podrán realizar los primeros contactos cara a cara, detectar *in situ* las ventajas o inconvenientes de implantarse en esos países, estudiar el mercado y la competencia local, así como el acceso a terceros países y la toma de contacto con las entidades financieras del lugar.

Encuentros empresariales

Se trata de un producto diseñado para



satisfacer el interés de empresas con voluntad de importar, exportar o de implantarse en otros países en el que podrán tomar contacto con empresas del mismo sector de muy diferentes procedencias.

Acciones de información, formación o apoyo

La información es un valor intangible tan o más importante que cualquier otro. De ahí que las Cámaras hayan apostado muy fuerte por este tipo de acciones en las que las empresas, a través de jornadas, desayunos de trabajo, cursos específicos o acciones más personalizadas, podrán informarse y prepararse para el asalto a los mercados exteriores.

Éstas son las herramientas que las Cámaras ponen a disposición de las empresas para que puedan participar en misiones, ferias y encuentros empresariales. Ahora bien, llegados a este punto, la pregunta es otra: ¿dónde se encuentran las oportunidades de negocios? En un mundo globalizado, muchos son los países y las regiones en los que se pueden encontrar numerosas oportunidades comerciales. Eso dependerá del momento del año, del sector económico y de la propia capacidad que tenga la empresa para seducir con las bondades de su oferta.

En cualquier caso, las Cámaras, después de analizar la trayectoria del comercio exterior catalán, de estudiar la actualidad política, económica y social de todo el mundo, entienden que hay unas zonas, las llamadas ARC (ver mapa), las áreas de redinamización comercial, que merecen un trato especial.

En Europa se tiene una imagen un tanto tergiversada de lo que ha supuesto el 2004 para la economía mundial. Condicionados por un crecimiento muy endeble dentro de la zona euro, en realidad el año que acaba de finalizar fue muy bueno: la economía mundial, a la espera de las cifras definitivas, creció cerca de un 5%. Es cierto que 2005 no será tan bueno y que el crecimiento se ralentizará, aunque la tasa de crecimiento rondará el 4% (FMI) o, en su defecto, caerá hasta el 3,6% (Stephen Roach, economista jefe de Morgan Stanley). Riesgos para el presente ejercicio –haberlos haylos, según *The Economist Intelligence Unit*– serían, básicamente, una hipotética subida de

los precios del petróleo, que casi nadie desea pero que casi nadie tampoco atisba; la subida de los tipos de interés, con muy negativas repercusiones en los mercados inmobiliarios, caso de España, y las catastróficas repercusiones que ello tendría en la construcción del consumo y, por último, en un aterrizaje nada suave del crecimiento chino. En cualquier caso, veamos con más detalle cuál es la situación particular de los diferentes ARC.

Europa

Es cierto que la Vieja Europa anda al ralentí, pero también lo es que se trata de un mercado básico para las empresas catalanas y españolas y que éstas, afortunadamente, gozan ya de buen prestigio y un hueco en mercados tan competitivos. Lo mejor, que el alza del euro no afecta para nada a la hora de abordar estos mercados. El reto, qué duda cabe, estará en los nuevos países de la UE. La presencia española y catalana, con honrosas excepciones, es meramente testimonial. Por fortuna, el crecimiento en la Europa del Este, según el FMI, superará ampliamente el 6 %. Lo mismo que en Rusia. En Ucrania, por cierto, después de la tempestad, la calma, que siempre es bienvenida para emprender negocios.

Norteamérica

La locomotora estadounidense tiene 2 grandes desequilibrios (déficit público y balanza comercial). Aun así sigue tirando del carro de la economía mundial (más información en la página 20). De hecho, si las importaciones norteamericanas se redujeran, el mundo sufriría mucho. Una vez pasado el efecto de las rebajas fiscales, Bush ha perdido gran parte de las cartas que tenía. Eso sí, cuenta con una economía que crecerá un 3,5 %. Por su parte, Canadá es otra opción interesante. Un país estable, más próximo en mentalidad a Europa que a su vecino de las barras y estrellas y con el Quebec, la parte francófona que en los últimos años ha realizado muchas acciones para aproximarse a Catalunya. Un buen destino.

Sudamérica

Todos los organismos internacionales hablan con cierto alivio de la situación económica del continente hermano. Desde la CEPAL, pasando por el FMI, todos, absolutamente todos, reconocen

que el crecimiento se mantendrá durante este ejercicio. Lo cierto es que Lula mantiene el tipo, que Argentina va, poco a poco, levantando cabeza, y que en Venezuela, tras el ruido del último referéndum, las aguas bajan mucho más tranquilas. El reto para los sudamericanos es conseguir una mayor unión económica entre ellos. Y el de Europa, avanzar en la firma de este tipo de acuerdos a EEUU.

Magreb

El Sur del Mediterráneo es, por razones obvias, una zona estratégica para las empresas catalanas. Pero este año, cuando se cumplen 10 años de la Cumbre de Barcelona, parece un buen momento para volver a apostar por unos países que intentan acercarse al calor de la UE. Tanto Marruecos, como Túnez,

Es cierto que 2005 no será tan bueno y que el crecimiento se ralentizará, aunque la tasa de crecimiento rondará el 4 % o, en su defecto, caerá hasta el 3.6 %

Argelia o la recién reinsertada en la comunidad internacional Libia tienen, no obstante, una cuenta pendiente entre ellas: conseguir un mayor dinamismo económico entre sí y dejar atrás rivalidades y disputas eternas como las de Argel y Rabat. Buena muestra del interés que despiertan en España estos países es la misión que este mismo mes lleva a numerosos empresarios españoles y catalanes, junto a SAR Juan Carlos I, a Marruecos (más información en pág. 8-9)

Oriente Próximo

Fue Churchill quien dijo que los Balcanes producían más historia de la que podían digerir. Pues bien, en Oriente Próximo el conflicto entre árabes e israelíes mantiene esa misma tónica e hipoteca muchas oportunidades, especialmente en inversiones, en una región que las necesita como agua de mayo. Claro está que lo que ocurre en Irak tampoco ayuda. En cualquier caso, sigue habiendo países que dan pasos

hacia una mayor apertura, especialmente en el campo económico más que en el político, y que son una buena oportunidad, caso de Siria o Jordania. En el Golfo, los pequeños emiratos (EAU, Qatar o Bahrein) son muy estables y, debido a las elevadas rentas per cápita procedentes del oro negro, favorecen un consumo de artículos de lujo y de bienes de consumo más mundanos muy interesante.

Extremo Oriente

Significa el futuro, si no es ya el presente. La zona más dinámica del planeta tiene para España y Catalunya, y por ende para las empresas de aquí, un duro hándicap: la presencia hispana es casi nula. Y eso es un problema, o lo puede seguir siendo si no se le pone remedio desde ya. China creció en 2004 más de un 9 % y se espera para el presente ejercicio una leve desaceleración que alivie, en parte, el recalentamiento de su economía. Eso sí, su PIB se incrementará a buen seguro un 8 % o más y no un 7,5 % tal y como prevé el FMI. Todo lo que se diga del Imperio del Centro sobra, la voracidad del dragón parece no tener fin. Pero Asia no acaba tras la muralla china. Más allá también hay vida. India crecerá casi un 7 %, mientras que Japón, dejando atrás su particular década perdida, superará con holgura el 2 %.

Oceanía

Al Sur de Singapur hay todo un mundo por descubrir. Esta plaza, antigua colonia británica, es una magnífica plataforma para abordar el Sudeste asiático. Pero más al Sur podemos encontrar otros mercados más "europeos". Australia y Nueva Zelanda son —tal como reflejó el *Noticiari* hace 2 meses— 2 mercados a descubrir. Tienen claras ventajas: su alto poder de compra, su estabilidad política y económica y un marco incomparable, tanto por su gente como por la alta calidad de vida de que allí se disfruta.

Pelayo Corella

Todas las acciones que las Cámaras catalanas han organizado para el presente año y que están recogidas en el PAIC 2005 las pueden consultar en las páginas centrales de este mismo número del *Noticiari*.

la caída persistente del dólar: una salida inaceptable para la economía mundial



Pere Puig i Bastard
Profesor-catedrático
de ESADE/URL

Un desafío económico muy importante se nos presenta hoy, justo al empezar el año 2005 en el conjunto de la economía mundial: el de conseguir un ajuste razonable frente al importante desequilibrio que viene arrastrando la balanza de pagos exteriores de la economía de mayor tamaño del mundo. No resulta sostenible ya, ni el mantenimiento de una situación de crecimiento indefinido del nivel de endeudamiento exterior de Estados Unidos, ni un ajuste basado en dejar flotar libremente la cotización del dólar americano frente a las demás monedas. Lo que realmente hace falta es un esfuerzo efectivo de coordinación y cooperación entre los gobiernos de las grandes economías.

Estados Unidos, hasta el momento actual, ha estado en condiciones de asegurar una cierta función de suministrar lo que alguien ha denominado como el componente expansivo "de última instancia" del crecimiento de la demanda mundial. Pero en los momentos actuales esto ya no es posible. Estados Unidos está transitando ya por una senda insostenible. El déficit exterior por cuenta corriente norteamericano se ha elevado hasta cerca del 6 % del PIB, y el conjunto de su endeudamiento ronda el 30 % del PIB. Si no se produce pronto un cambio significativo de tendencia, estas 2 ratios van a seguir creciendo todavía más en un futuro inmediato.

Los mercados ya no aceptan que ésta sea una situación sostenible. El dólar ha caído cerca de un 38 % frente al euro desde el mes de noviembre de 2000. Pero la devaluación global del dólar frente al conjunto de las divisas mundiales ha sido tan sólo del 16 % desde aquella fecha, según nos indica la Reserva Federal. La razón de esta discrepancia se encuentra sin duda en la determinación mostrada por parte de muchos gobiernos asiáticos —y particularmente por el Gobierno chino— de limitar los efectos erosionadores que para su elevada competitividad exterior supondría una eventual revaluación de sus monedas frente al dólar. Esta determinación es la que se ha traducido en un enorme aumento de las reservas exteriores por parte de sus bancos centrales.

Algunos economistas y expertos financieros han venido arguyendo hasta hace poco que era necesario admitir un proceso de depreciación adicional del dólar norteamericano frente a las demás divisas, y en particular frente al euro.

Ello tendría efectos favorables, se decía, en la medida que reduciría el déficit exterior de Estados Unidos, sin provocar un fuerte ajuste de la demanda. Evitaría los efectos indeseados de una caída de la demanda interna y en cambio las compras de bienes y servicios que los americanos harían en el interior serían relativamente más baratas frente a las importaciones. Los optimistas congénitos, en definitiva, contemplaban hasta hace muy poco la caída del dólar norteamericano como formando parte de un proceso favorable de reequilibrio.

El hecho es que, sin un ajuste notable de los diversos tipos de cambio y un afortunado cambio en el ritmo de crecimiento de las diversas economías, el déficit exterior de Estados Unidos seguirá avanzando en su trayectoria de crecimiento explosivo. Podría llegar a ampliarse hasta el 8 % del PIB en 2008, y aún alcanzar el 12 % en 2010. Lo que sucede es que déficit de esta magnitud no son ya sostenibles. Los inversores internacionales no están dispuestos a seguir financiándolos de manera ilimitada, sobre todo cuando son consecuencia de unos crónicos desajustes presupuestarios públicos en vez provenir de unos elevados ritmos de la inversión productiva de las empresas.

Es una obviedad, que tiene por cierto su lado comercial peligroso, el abogar simplemente por una mayor depreciación del dólar. Lo que realmente se necesita hoy es un proceso de realineación general de tipos de cambio, que necesariamente debería abarcar la cotización de monedas de países como China y de algunas de las grandes economías asiáticas emergentes. Y junto a ello, un elevado grado de coordinación entre las políticas aplicadas en las diversas áreas y países.

Lo que se trata de lograr, ciertamente, no es en absoluto fácil: conseguir mantener un nivel lo más alto posible de la actividad productiva global, mientras se alcanza un ajuste generalizado de tipos de cambio y un elevado grado de coordinación entre las políticas fiscales y las políticas monetarias. Ello exige, sobre todo, una alta colaboración entre quienes son, hoy por hoy, los dos grandes motores del crecimiento mundial: China y Estados Unidos. Y la participación responsable, por supuesto, de las otras 2 áreas, hoy por hoy bien poco expansivas: la zona euro dentro de la UE y Japón en Asia.

I salón inmobiliario de Lleida



Lleida. El próximo mes de febrero, durante los días 25, 26 y 27, tendrá lugar la primera feria del sector de la construcción en Lleida: Habitaría. Un certamen organizado conjuntamente por la Feria de Lleida y Big Exhibitions que nace con el objetivo de reunir en un espacio común toda la oferta de vivienda nueva, de segunda mano y segunda residencia, así como de suelo residencial, naves, locales y oficinas, comprendidos en el marco geográfico situado entre las Terres de Lleida, el litoral mediterráneo y los Pirineos. Habitaría

dispondrá también de un espacio donde los ayuntamientos podrán exponer sus proyectos urbanísticos. El salón inmobiliario tendrá una superficie de unos 6.000 m². La feria está dirigida al público interesado en llevar a cabo cualquier tipo de operación inmobiliaria, e igualmente a los miembros de colegios profesionales del sector, empresarios e instituciones públicas con competencias urbanísticas.

miquel valls se reúne en washington con representantes del departamento de estado y comercio

Barcelona. La Cámara de Barcelona quiere consolidar y desarrollar las relaciones económicas con EEUU, proyectar Barcelona internacionalmente como ciudad de negocios y explorar la posibilidad de establecer nuevas rutas aéreas entre Barcelona y EEUU. Con estos objetivos, Miquel Valls viajó el pasado mes de diciembre a Washington para reunirse con altos representantes del Departamento de Estado y Comercio.

La visita del presidente coincidió con un Business Bridge a Nueva York que agrupó a una veintena de empresarios catalanes del sector textil, diseño, IT y alimentación. La Cámara, el Ayuntamiento y la Generalitat trabajan conjuntamente desde el pasado mes de julio para solventar el problema que evidenció el estudio realizado por la Cámara: que en Barcelona existe una falta importante

de vuelos directos de larga distancia. El primer convenio firmado para fortalecer los vínculos entre las dos orillas fue el de colaboración entre la Cámara de Barcelona y la Manhattan International Development Corporation / Manhattan Chamber of Commerce que se estableció con el objetivo de ayudar a poner en contacto a las empresas de ambas ciudades.

satisfacción por las inversiones viarias aprobadas

Barcelona/Terrassa. La Cámara de Barcelona ha manifestado su plena satisfacción por las inversiones en 4 ejes viarios que la Generalitat acaba de aprobar. La Cámara siempre ha considerado necesario que Catalunya disponga de una red viaria no radial, homogénea y completa (a diferencia del resto del Estado español) y el plan aprobado encaja perfectamente con el modelo de corredores solicitado por la Cámara. La Corporación considera que el Departamento de Política Territorial y Obras Públicas ha demostrado su eficacia y rapidez en la propuesta de este plan y la posterior aprobación por parte del Gobierno catalán.

El modelo de corredores presentado por la Cámara el pasado mes de junio que integra carreteras, ferrocarriles y servicios, apuesta por completar y racionalizar la red de transporte, tanto mediante la finalización de los ejes viarios del Llobregat y el Congost (corredor central), como a través del refuerzo de otros ejes demandados desde hace tiempo por sus usuarios y que dan servicio a relaciones de movilidad no radiales (corredor transversal).

Uno de los principales objetivos de la Cámara de Barcelona durante estos últimos años ha sido el denunciar el déficit histórico de infraestructuras que sufre Catalunya y pedir a todas las administraciones inversiones complementarias en este sen-

tido. De esa voluntad nacen los estudios e informes presentados los últimos tiempos.

Por otra parte, la Cámara de Terrassa, ante el proyecto de construcción de un tercer carril del AVE que atravesaría la comarca del Vallès para transportar mercancías entre el Puerto de Barcelona y Francia, ha manifestado la necesidad de reconsiderar la posibilidad de destinar también esta vía al paso del tren con pasajeros y situar una estación principal en el municipio de Sant Cugat del Vallès.

Esta petición se corresponde con el primer borrador del proyecto que se realizó 5 años atrás, y con el estudio informativo del proyecto de 1996; en ambos documentos se contemplaba la posibilidad de utilizar el ramal que pasa por el Vallès para construir una estación en la comarca. La Cámara considera poco coherente el proyectar un carril exclusivamente para mercancías y no aprovechar la infraestructura para ofrecer el servicio a los usuarios del AVE de las comarcas del Vallès Occidental y Oriental, Baix Llobregat y Bages.

La Cámara pedirá al Ministerio de Fomento y al Departamento de Política Territorial y Obras Públicas de la Generalitat que impulse las acciones necesarias para hacer posibles estas 2 peticiones: el transporte de personas y la estación en Sant Cugat del Vallès.

barcelona lidera la misión empresarial que acompañó al rey a marruecos



Miquel Valls, junto al monarca alauí, en una foto de archivo

Barcelona. El histórico viaje del rey Juan Carlos I a Marruecos ha tenido, además de la componente simbólica y política, un fuerte calado económico. Fueron más de 70 empresas españolas (42 de ellas bajo el amparo de la Cámara de Barcelona, en la que supone la primera participación de la entidad que preside Miquel Valls como integrante en un viaje real) las que quisieron acompañarle al país vecino. Y fue precisamente el presidente de la Cámara barcelonesa quien lideró una comitiva en la que participaron empresas de sectores tan variados como la alimentación, construcción, banca, tecnología, ingeniería o arquitectura, entre otros.

El objetivo, según fuentes camerales,

era doble: por una parte, establecer nuevos lazos económicos; y por otra, consolidar los ya existentes. De ahí que el pasado 19 de enero los empresarios catalanes y españoles, junto con sus colegas marroquíes, participasen en diferentes mesas sectoriales sobre tecnología de la información y comunicación; agroindustria e infraestructuras, concesiones públicas e inmobiliarias. De hecho, la amplia delegación empresarial también asistió a 2 conferencias informativas impartidas por Hassan Bernoussi, director de Inversiones Exteriores del Reino de Marruecos, sobre el panorama que se abre a las empresas ante los acuerdos de libre comercio que Marruecos acaba de firmar recientemente con EEUU, y por el vicepresidente

dente ejecutivo del ICEX, Ángel M. Acebes, sobre las relaciones bilaterales entre España y el país norteafricano. No hay que olvidar que Marruecos es para Catalunya un país prioritario y como buena muestra de ello cabe mencionar el viaje que realizó el pasado año el *president* Maragall o las constantes acciones que desarrolla la Cámara de Barcelona con ese destino. El interés político e institucional se refleja en lo económico en una cifra lo suficientemente esclarecedora: desde 1997, Catalunya y España han triplicado sus inversiones en Marruecos.

Desde la Cámara de Barcelona también se han llevado a cabo programas para ampliar la cooperación mediante la creación de mecanismos que contribuyan a su dinamización, como el acuerdo de cooperación entre la propia Cámara catalana y la Federación de Cámaras de Comercio e Industria de Marruecos o la constitución de la Fundación Catalunya Marruecos.

Así pues, con este viaje, empresas como Cobega, Alta Partners, Banc Sabadell, la Caixa, Copcisa, el Grupo Serhs, Pulligan, Saba, Santasusana, SCS Venture Partners o Tourism & Leisure tendrán nuevas oportunidades de reforzar o inaugurar su presencia en un mercado tan próximo como el marroquí.

Blasco & Abogados Asociados



Esté seguro.....

con nosotros

Blasco & Advocats Associats
Tel. (34) 933 014 825
E-Mail: blascoadvocats@justice.com
www.blascoadvocats.com
Pau Claris 92 Princ. 2-B (G.Atrium) 08010 Barcelona

Contratación Internacional,
Acuerdos de Franquicia, Joint-Ventures,
Protección de la Propiedad
Industrial e Intelectual.

120 nuevas empresas se suman al programa nex pipe

En 2004, 120 empresas catalanas entraron en el programa de ayuda a la internacionalización NEX PIPE. Un 50 % más que en el ejercicio anterior. Las Cámaras, COPCA e ICEX han incrementado sus dotaciones. Su eficacia ha hecho que se prorrogue más allá del 2006, fecha inicialmente prevista para su finalización.

El Programa de Iniciación a la Promoción Exterior (PIPE 2000) sigue ofreciendo la posibilidad de internacionalizarse a pequeñas y medianas empresas que, de otro modo, lo tendrían ciertamente complicado para conseguir los recursos necesarios y saber cómo lanzarse al exterior. Ésta es la clave de su éxito. El pasado ejercicio, el programa NEX PIPE 2000 acogió a un total de 120 empresas de toda Catalunya, 85 de la demarcación de la Cámara de Barcelona (70 %) y 14 de la de marcadón de la Cámara de Terrassa. Una cifra muy importante teniendo en cuenta que los años anteriores se acogieron al programa 80 empresas. Eso ha sido posible gracias al aumento de presupuesto facilitado por las 3 entidades promotoras del programa: Cámaras, COPCA e ICEX.

El programa de seguimiento destinado a las empresas que han finalizado satisfactoriamente el NEX PIPE, por su parte, incorporó a un total de 50 empresas de todo el Principat, 24 de la Cámara de Barcelona (48 %) y 6 de la Cámara de Lleida.

Para conocer con más profundidad el perfil de los participantes del NEX PIPE y su evolución, el COPCA realizó el pasado verano un estudio con 51 empresas que habían participado en el programa. Del total de compañías encuestadas, el 90 % consideró que el programa estuvo bien o muy bien, el 88 % volvería a participar en él, y el 86 % considera que el tiempo de asesoramiento fue correcto. El 94 % valoró positivamente el trabajo del asesor y la nota media que se dio al programa fue un 7.

El 40 % de las empresas analizadas se

encuentran en la comarca del Barcelonès. El Baix Llobregat es la segunda comarca en concentración de empresas seguida del Maresme, Osona y el Vallès Oriental. Por sectores, el textil es el primero con un 20 % de las empresas, el metalúrgico agrupa a un 18 % y el alimentario a un 16 %.

La media del número de trabajadores de las empresas es de 18 personas. El 43 % tiene entre 10 y 25 trabajadores, el 27 % tiene de 5 a 10 empleados y suponen el 19 % las empresas entre 25 y 50 trabajadores. La facturación media total de las empresas es de 2.160.000 EUR (el 47 % factura entre 1 y 5 millones y el 41 % menos de 1 millón), y su volumen de exportaciones se sitúa en una media de 92.000 EUR.

El incremento medio de las exportaciones fue de un 107 %. Pero hay que tener en cuenta que un 20 % de las empresas no exportaban nada antes de iniciar el programa. Una vez finalizado

el mismo, la cifra de empresas no exportadoras se redujo al 8 %.

Siendo los principales destinos de las exportaciones: Francia, Portugal e Italia. Un dato significativo de la evolución de las empresas es que al iniciar el programa sólo un 37 % de las empresas tenía un responsable de exportación, mientras que al finalizarlo, el 86 % contaba con uno.

Gemma Llanes, responsable de exportación de Flower, empresa de abonos y productos fitosanitarios de la demarcación de Lleida que ha participado en el programa NEX PIPE y que ahora está realizando el seguimiento, afirma que "está muy satisfecha con el programa". También asegura que "hay muchas acciones necesarias que sin el programa NEX PIPE" no podrían haber realizado, "y por ese motivo decidimos solicitar el programa de seguimiento".

Sira Abenzoa

Consultoría personalizada para vender en la red

ICEX ha puesto en marcha un nuevo servicio complementario para las empresas que hayan finalizado el programa NEX PIPE. Se llama PIPENET y es su objetivo potenciar el negocio internacional de las empresas a través de un servicio de consultoría personalizada.

Mediante una asesoría de 3 meses, PIPENET ayudará a las empresas a diseñar su estrategia de negocio a través de Internet. Durante los 12 meses posteriores, además, las empresas dispondrán de un servicio de asistencia técnica que les ayudará a solventar cualquier duda referente a la implantación de su negocio en la Red.

PIPENET también está pensado para reforzar las relaciones de las empresas con sus distribuidores, ofrecer un mayor conocimiento de la competencia, realizar tests de mercado, recuperar información de clientes, posicionarse adecuadamente...

Las empresas que deseen más información, pueden consultar la dirección <www.icex.es/pipe2000> o llamar al teléfono: 902 192 000.

fent camí cap a la internacionalització

Després d'un acurat estudi sobre les necessitats de les empreses catalanes: el seu perfil, els sectors estratègics, els mercats potencials, les estratègies d'entrada..., les Cambres han elaborat el seu Pla per a la internacionalització de l'economia. El Pla es divideix en diversos tipus d'accions: missions directes, missions inverses, fires, ponts empresarials, missions inversores, trobades empresarials i accions de formació, informació o suport.

ZIP ÀFRICA			
ÀREA GEOGRÀFICA	TIPUS	DATES	CAMBRA
Àfrica Occidental	Taula rodona "Com fer negocis amb l'Àfrica Occidental"	Per determinar	Barcelona
Àfrica Oriental	Taula rodona "Com fer negocis amb l'Àfrica Oriental"	Per determinar	Barcelona
Benín	Missió directa a Nigèria, Benín, Ghana i el Senegal (plurisectorial)	Febrer	Tarragona
Benín	Missió directa a Nigèria, Benín i Ghana (plurisectorial)	Maig	Barcelona
Costa d'Ivori	Missió directa al Senegal i Costa d'Ivori (plurisectorial)	Desembre	Barcelona
Ghana	Missió directa a Nigèria, Benín, Ghana i el Senegal (plurisectorial)	Febrer	Tarragona
Ghana	Missió directa a Nigèria, Benín i Ghana (plurisectorial)	Maig	Barcelona
Kenya	Missió directa a Kenya, Madagascar, Maurici i Tanzània (plurisectorial)	Novembre	Barcelona / Tarragona
Madagascar	Missió directa a Kenya, Madagascar, Maurici i Tanzània (plurisectorial)	Novembre	Barcelona / Tarragona
Maurici	Missió directa a Kenya, Madagascar, Maurici i Tanzània (plurisectorial)	Novembre	Barcelona / Tarragona
Nigèria	Taula rodona "Com fer negocis amb Nigèria"	Per determinar	Barcelona
Nigèria	Missió directa a Nigèria, Benín, Ghana i el Senegal (plurisectorial)	Febrer	Tarragona
Nigèria	Missió directa a Nigèria, Benín i Ghana (plurisectorial)	Maig	Barcelona
Senegal	Taula rodona "Com fer negocis amb el Senegal"	Per determinar	Barcelona
Senegal	Missió directa a Nigèria, Benín, Ghana i el Senegal (plurisectorial)	Febrer	Tarragona
Senegal	Trobades internacionals de la subcontractació al Senegal - Programa Pro - Invest	25-29 de gener	Barcelona
Senegal	Missió directa al Senegal i Costa d'Ivori (plurisectorial)	Desembre	Barcelona
República de Sud-àfrica	Missió directa a la República de Sud-àfrica (plurisectorial)	Febrer	Terrassa
República de Sud-àfrica	Missió directa a la República de Sud-àfrica (plurisectorial)	Juny	Barcelona
República de Sud-àfrica	Missió directa a la República de Sud-àfrica (plurisectorial)	18 d'octubre	Barcelona
Tanzània	Missió directa a Kenya, Madagascar, Maurici i Tanzània (plurisectorial)	Novembre	Barcelona / Tarragona

ARC AMÈRICA DEL NORD			
ÀREA GEOGRÀFICA	TIPUS	DATES	CAMBRA
Canadà	Missió de cooperació empresarial al Quebec (Montreal) (aerospacial, automoció, metalls i transformats)	9-12 de maig	Barcelona
Estats Units	Seminari "Oportunitats de negoci i d'inversió als Estats Units" (Pla país del Consejo Superior de Cámaras-CSC)	Per determinar	Barcelona
Estats Units	Taula rodona "Com fer negocis amb diferents zones dels Estats Units" (cicle de diverses sessions)	Per determinar	Barcelona
Estats Units	Pont tecnològic a San Francisco (noves tecnologies)	2-7 d'abril	Barcelona
Estats Units	Missió inversa (vins i caves)	14-17 de març	Barcelona

Estats Units	Missió directa (plurisectorial)	Abril	Lleida
Estats Units	Missió directa a Los Angeles-San Diego (màquines i aparells, material elèctric, audiovisual i agroalimentari)	4-10 de juny	Barcelona
Estats Units	Missió directa (béns de consum, mobles, agroalimentari)	Octubre	Tortosa
Estats Units	Missió directa a Chicago-Detroit (automoció, manufactures, plàstics, màquines i aparells, material elèctric)	1-7 d'octubre	Barcelona
Estats Units	Pont empresarial a Boston (biotecnologia, indústries químiques, educatiu, plàstics)	5-10 de novembre	Barcelona

ZIP AMÈRICA LLATINA

ÀREA GEOGRÀFICA	TIPUS	DATES	CAMBRA
Amèrica Central	V Trobada Empresarial Espanya-Amèrica Central	Per determinar	Barcelona
Amèrica Llatina	Fòrum de cooperació iberoamericana: trobada de cambres de comerç iberoamericanes a Barcelona (AICO)	Maig-juny	Barcelona
Argentina	Seminari CEI "L'Argentina, perspectives de futur"	15 de febrer	Barcelona
Argentina	Sessió informativa "Mercosur: oportunitats de negoci"	Febrer	Sabadell
Argentina	Trobada empresarial a Verona (Fira Vinitaly) entre empreses europees i empreses de l'Argentina, el Brasil, Mèxic, Xile, el Perú i l'Uruguai - Programa AL-INVEST (vinícola)	8 i 9 d'abril	Barcelona
Argentina	Missió directa a l'Argentina, el Brasil i Xile (plurisectorial)	Maig	Sabadell
Brasil	Seminari "Oportunitats de negoci i d'inversió al Brasil" (medi ambient)	Per determinar	Barcelona
Brasil	Sessió informativa "Mercosur: oportunitats de negoci"	Febrer	Sabadell
Brasil	Seminari CEI "El Brasil, perspectives de futur"	15 de març	Barcelona
Brasil	Trobada empresarial a Verona (Fira Vinitaly) entre empreses europees i empreses de l'Argentina, el Brasil, Mèxic, Xile, el Perú i l'Uruguai - Programa AL-INVEST (vinícola)	8 i 9 d'abril	Barcelona
Brasil	Missió directa a l'Argentina, el Brasil i Xile (plurisectorial)	Maig	Sabadell
Brasil	Trobada empresarial al Brasil (plurisectorial)	Juliol	Barcelona
Brasil	Missió directa al Brasil (plurisectorial)	Octubre	Lleida
Brasil	Missió directa a Sao Paulo, Rio de Janeiro, Salvador de Bahia (medi ambient)	21-25 de novembre	Barcelona
Colòmbia	Seminari "Oportunitats de negoci i d'inversió a Colòmbia"	Per determinar	Barcelona
Colòmbia	Trobada empresarial a Bogotà (plurisectorial - èmfasi en agroindústria, química i turisme)	6-7 de juny	Barcelona
Comunitat andina	Seminari sobre oportunitats de negoci als països de la comunitat andina i presentació de la missió	Juny	Barcelona
Comunitat andina	Missió institucional a la seu de la Corporació Andina de Foment a Caracas, Veneçuela (obres civils, consultoria i subministrament de béns)	Octubre	Barcelona
Costa Rica	Missió directa a Costa Rica, Guatemala i Mèxic (plurisectorial)	Març	Tarragona
Cuba	Missió directa a Cuba i República Dominicana (plurisectorial)	27 feb.-6 març	Barcelona
El Salvador	Missió directa a El Salvador, Guatemala i Mèxic (plurisectorial)	Octubre	Terrassa
Equador	Taula rodona "Com fer negocis amb l'Equador"	Per determinar	Barcelona
Equador	Expocatalogoteca (plurisectorial)	Maig	Tarragona
Equador	Trobada empresarial a l'Equador (agroindústria, química i turisme)	9-15 de juny	Barcelona
Guatemala	Missió directa a Costa Rica, Guatemala i Mèxic (plurisectorial)	Març	Tarragona
Guatemala	Expocatalogoteca (construcció, alimentació, equips per a col·lectivitats, turisme)	Per determinar	Girona
Guatemala	Missió directa a El Salvador, Guatemala i Mèxic (plurisectorial)	Octubre	Terrassa
Mèxic	Taula rodona "Com fer negocis amb Mèxic"	Per determinar	Barcelona
Mèxic	Missió directa a Mèxic (tèxtil i maquinària)	Març	Girona
Mèxic	Missió directa a Costa Rica, Guatemala i Mèxic (plurisectorial)	Març	Tarragona
Mèxic	Pont empresarial a Monterrey (noves tecnologies)	Abril	Barcelona
Mèxic	Trobada empresarial a Verona (Fira Vinitaly) entre empreses europees i empreses de l'Argentina, el Brasil, Mèxic, Xile, el Perú i l'Uruguai - Programa AL-INVEST (vinícola)	8 i 9 d'abril	Barcelona
Mèxic	Missió directa a El Salvador, Guatemala i Mèxic (plurisectorial)	Octubre	Terrassa
Perú	Taula rodona "Com fer negocis amb el Perú"	Per determinar	Barcelona
Perú	Trobada empresarial a Verona (Fira Vinitaly) entre empreses europees i empreses de l'Argentina, el Brasil, Mèxic, Xile, el Perú i l'Uruguai - Programa AL-INVEST (vinícola)	8 i 9 d'abril	Barcelona
Perú	Trobada empresarial a Lima i Trujillo (agroindústria, química i turisme)	9-15 de juny	Barcelona
República Dominicana	Missió directa a Cuba i República Dominicana (plurisectorial)	27 feb.-6 març	Barcelona
Xile	Seminari CEI "Xile, perspectives de futur"	18 de gener	Barcelona
Xile	Sessió informativa "Mercosur: oportunitats de negoci"	Febrer	Sabadell
Xile	Missió directa a Santiago de Xile, Valparaíso i Concepción (medi ambient)	3-10 d'abril	Barcelona
Xile	Trobada empresarial a Verona (Fira Vinitaly) entre empreses europees i empreses de l'Argentina, el Brasil, Mèxic, Xile, el Perú i l'Uruguai - Programa AL-INVEST (vinícola)	8 i 9 d'abril	Barcelona
Xile	Missió directa a l'Argentina, el Brasil i Xile (plurisectorial)	Maig	Sabadell
Uruguai	Trobada empresarial a Verona (Fira Vinitaly) entre empreses europees i empreses de l'Argentina, el Brasil, Mèxic, Xile, el Perú i l'Uruguai - Programa AL-INVEST (vinícola)	8 i 9 d'abril	Barcelona

ARC/ZIP ÀSIA		DATES	CAMBRA
ÀREA GEOGRÀFICA	TIPUS		
	Curs "Xinès de negocis"	Per determinar	Barcelona
	Curs "Xinès de negocis. Nivell 1"	Gener	Sabadell
	Curs "Xinès de negocis. Nivell 1"	Setembre	Sabadell
	Curs: "Xinès de negocis. Nivell 2"	Setembre	Sabadell
Bangladesh	Seminari "Oportunitats de negoci i d'inversió a l'Índia - Bangladesh"	Per determinar	Barcelona
Bangladesh	Missió directa a l'Índia - Bangladesh (plurisectorial)	Octubre	Barcelona
Corea del Sud	Missió inversa durant la fira Construmat (construcció)	Abril	Barcelona
Corea del Sud	Seminari CEI "Corea, perspectives de futur"	14 de juny	Barcelona
Corea del Sud	Missió directa a Corea del Sud i el Japó (hàbitat, tèxtil)	Novembre	Sabadell
Filipines	Taula rodona "Com fer negocis amb les Filipines"	Per determinar	Barcelona
Filipines	Seminari sobre oportunitats de negoci a través del Banc Asiàtic de Desenvolupament i presentació de la missió	Març	Barcelona
Filipines	Missió institucional a la seu del Banc Asiàtic de Desenvolupament a Manila (Filipines)	Maig	Barcelona
Índia	Seminari "Oportunitats de negoci i d'inversió a l'Índia - Bangladesh"	Per determinar	Barcelona
Índia	Missió directa a l'Índia (plurisectorial)	Març	Manresa
Índia	Seminari CEI "L'Índia, perspectives de futur"	19 d'abril	Barcelona
Índia	Missió directa a l'Índia - Bangladesh (plurisectorial)	Octubre	Barcelona
Japó	Seminari "Oportunitats de negoci i d'inversió al Japó" (Pla país del Consejo Superior de Cámaras - CSC)	Per determinar	Barcelona
Japó	Jornada informativa sobre les oportunitats que ofereix el Programa "Gateway to Japan"	Per determinar	Barcelona
Japó	Missió inversa durant la fira Construmat (construcció)	Abril	Barcelona
Japó	Missió directa a Tòquio - Programa "Gateway to Japan" (tecnologies de la informació i la comunicació)	9 -13 de maig	Barcelona
Japó	Missió directa a Tòquio - Programa "Gateway to Japan" (interiorisme i decoració)	6-10 de juny	Barcelona
Japó	Missió directa a Tòquio - Programa "Gateway to Japan" (materials de construcció)	12-16 de setembre	Barcelona
Japó	Missió directa al Japó - Programa "Gateway to Japan" (tecnologies mediambientals)	Per determinar	Barcelona
Japó	Missió directa al Japó - Programa "Gateway to Japan" (alimentació i begudes)	Per determinar	Barcelona
Japó	Sessió informativa "El Japó: oportunitats de negoci"	Juny	Sabadell
Japó	Spain Gourmet Show, presentació de productes agroalimentaris catalans en una sala d'exposició al Japó (participació)	Setembre	Barcelona
Japó	Missió directa al Japó (exposició universal AICHI)	Setembre	Barcelona
Japó	Missió directa a Corea del Sud i el Japó (hàbitat i tèxtil)	Novembre	Sabadell
Kazakhstan	Seminari previ a la fira Kazbuild Almaty (construcció i sectors afins)	Març	Barcelona
Kazakhstan	Fira Kazbuild Almaty - Participació agrupada (construcció i sectors afins)	7-10 de setembre	Barcelona
Malàisia	Missió directa a Malàisia, Singapur i el Vietnam (plurisectorial)	Novembre	Terrassa
Singapur	Missió directa a Singapur i la Xina (plurisectorial)	Novembre	Barcelona/Reus
Singapur	Missió directa a Malàisia, Singapur i el Vietnam (plurisectorial)	Novembre	Terrassa
Tailàndia	Missió directa a Tailàndia, el Vietnam i la Xina (plurisectorial)	Juny	Tarragona
Uzbekistan	Seminari "Oportunitats de negoci i d'inversió a l'Uzbekistan"	Per determinar	Barcelona
Uzbekistan	Missió directa a l'Uzbekistan (plurisectorial)	Juliol	Barcelona
Vietnam	Missió directa a Tailàndia, el Vietnam i la Xina (plurisectorial)	Juny	Tarragona
Vietnam	Missió directa a Malàisia, Singapur i el Vietnam (plurisectorial)	Novembre	Terrassa
Xina	Seminari "Oportunitats de negoci i d'inversió a la Xina" (Pla país del Consejo Superior de Cámaras -CSC)	Per determinar	Barcelona
Xina	Pont empresarial a Beijing (components de l'automòbil, gestió d'instal·lacions esportives, agroalimentació, turisme, noves tecnologies / biotecnologia)	15-20 de gener	Barcelona
Xina	Sessió informativa "La Xina: oportunitats de negoci"	Febrer	Sabadell
Xina	Missió sectorial (automoció)	Març	Sabadell
Xina	Trobada empresarial, fira Water China & AW China 2005, Guangzhou - Visita a la fira (medi ambient)	8-11 de març	Barcelona
Xina	Fira Chinese Export Commodities, Guangzhou - Visita de compradors (plurisectorial)	Abril	Barcelona
Xina	Pont aeroespacial a la Xina	Abril	Barcelona
Xina	Missió directa a la Xina (plurisectorial)	Abril	Sabadell
Xina	Seminari CEI "La Xina, perspectives de futur"	17 de maig	Barcelona
Xina	Missió sectorial (construcció)	Maig	Sabadell
Xina	Fira Buildtec / Kitchen&Bath / Lightning / Wintec / Floortec / Coating&Painting / Security&Automation / Forestry 2005	Maig	Sabadell
Xina	Missió de compradors a la Xina (productes industrials intermedis)	Maig	Barcelona
Xina	Missió directa a Tailàndia, el Vietnam i la Xina (plurisectorial)	Juny	Tarragona
Xina	Fira Ciepec - Participació agrupada (medi ambient)	Juny	Sabadell
Xina	Missió sectorial (medi ambient)	Juny	Sabadell
Xina	Trobada empresarial a Shenyang (Liaoning) -Programa ÀSIA-INVEST (béns d'equipament)	Setembre	Barcelona
Xina	Missió directa a Singapur i la Xina (plurisectorial)	Novembre	Barcelona/Reus

Xina	Missió de compradors a la Xina (productes industrials intermedis)	Novembre	Barcelona
Xina	Trobada empresarial Fòrum Europeu del CEF(China Entrepreneurs Forum)	Final d'any	Barcelona

ARC EUROPA

ÀREA GEOGRÀFICA	TIPUS	DATES	CAMBRA
Ampliació UE	Seminari "Oportunitats de negoci i d'inversió" (1 o 2 sectors probablement inclosos dins del cicle de conferències EIC)	Per determinar	Barcelona
Ampliació UE	Missió inversa (plurisectorial)	Per determinar	Terrassa
Alemanya	Fira Boot (turisme nàutic)	Gener	Tarragona
Alemanya	Fira Bau - Visita agrupada (materials de construcció)	17-22 de gener	Sabadell
Alemanya	Trobada empresarial - Zuliefermesse, Hannover - Visita agrupada (subcontractació)	Abril	Sabadell
Alemanya	Fira IFAT - Visita d'empreses (medi ambient)	20-22 d'bril	Barcelona
Alemanya	Fira Z2005 - Participació agrupada (subcontractació)	21-23 de juny	Sabadell
Alemanya	Missió inversa (maquinària agrícola)	Setembre	Lleida
Alemanya	Promoció d'aliances industrials (automoció, subcontractació)	Gener-desembre	Manresa
Andorra	Fira (multisectorial)	Octubre	Valls
Bèlgica	Missió directa a Bèlgica i els Països Baixos (nous exportadors)	Abril	Sabadell
Bòsnia i Hercegovina	Missió directa a Bòsnia i Hercegovina, Croàcia i Eslovènia (plurisectorial)	Març	Barcelona
Bulgària	Promoció d'aliances industrials (subcontractació)	Per determinar	Manresa
Bulgària	Taula rodona "Com fer negocis amb Bulgària"	Per determinar	Barcelona
Bulgària	Missió inversa de Bulgària (plurisectorial)	Març	Barcelona
Bulgària	Sessió informativa "Bulgària i Romania: oportunitats de negoci"	Juny	Sabadell
Bulgària	Missió directa a Bulgària i Romania (tèxtil, confecció)	Juliol	Barcelona
Bulgària	Missió directa d'inversionistes a Bulgària i Romania (plurisectorial)	Setembre	Barcelona
Bulgària	Fira ITF - Participació agrupada (subcontractació)	Setembre	Sabadell
Bulgària	Missió directa a Bulgària i Romania (plurisectorial)	Setembre	Sabadell
Bulgària	Missió directa a Bulgària i Romania (maquinària, béns equipament, alimentació)	Octubre	St. Feliu Guíxols
Croàcia	Missió directa a Bòsnia i Hercegovina, Croàcia i Eslovènia (plurisectorial)	Març	Barcelona
Croàcia	Missió directa a Croàcia i Eslovènia (plurisectorial)	Octubre	Terrassa
Dinamarca	Missió directa a Dinamarca, Noruega i Suècia (agroalimentari)	Abril	Tortosa
Dinamarca	Missió directa a Dinamarca, Finlàndia i Suècia (nous exportadors)	Juny	Sabadell
Eslovàquia	Missió directa a Eslovàquia i la República Txeca (auxiliar automòbil i peces metàl·liques)	Abril	Barcelona
Eslovàquia	Missió directa a Hongria, la República Txeca i Eslovàquia (maquinària, béns manufacturats, alimentació)	Maig	Girona
Eslovàquia	Missió directa d'inversionistes a Eslovàquia (plurisectorial)	Juny	Barcelona
Eslovènia	Missió directa a Bòsnia i Hercegovina, Croàcia i Eslovènia (plurisectorial)	Març	Barcelona
Eslovènia	Missió directa a Croàcia i Eslovènia (plurisectorial)	Octubre	Terrassa
Espanya	V Trobades europees de la subcontractació	Octubre	Barcelona
Espanya	Fira Subcontrata - Participació agrupada (subcontractació)	Setembre	Sabadell
Estònia	Missió directa a Estònia, Letònia i Suècia (plurisectorial)	Maig	Terrassa
Estònia	Missió directa a Estònia, Letònia i Lituània (plurisectorial)	Juny	Barcelona
Estònia	Missió directa a Estònia, Letònia, Lituània i Rússia (plurisectorial)	Octubre	Tarragona
França	Fira Maison & Object (decoració, regals, parament de la llar)	28 gen.-1 feb.	Palamós
França	Fira Satcar 2005, Clermond-Ferrand (subcontractació)	23-24 de març	Barcelona
França	Fira Batimat (materials i equipament de construcció)	Octubre	Lleida
França	Missió directa a França (nous exportadors)	Desembre	Sabadell
França	Trobada empresarial - Fira Midest (subcontractació)	Desembre	Sabadell
França	Fira Salon Nautique - Visita (turisme, nàutic)	Desembre	Tarragona
Finlàndia	Missió directa a Dinamarca, Finlàndia i Suècia (nous exportadors)	Juny	Sabadell
Grècia	Missió directa a Grècia (maquinària agrícola, agroalimentari)	Juny	Lleida
Grècia	Missió directa a Grècia, Xipre i Turquia (plurisectorial)	Setembre	Sabadell
Hongria	Taula rodona "Com fer negocis amb Hongria"	Per determinar	Barcelona
Hongria	Missió directa a Hongria i la República Txeca (plurisectorial)	Abril	Terrassa
Hongria	Missió directa a Hongria, la República Txeca i Eslovàquia (maquinària, béns manufacturats, alimentació)	Maig	Girona
Hongria	Missió directa a Polònia i Hongria (plurisectorial)	Maig	Lleida
Hongria	Missió directa a Hongria i Polònia (químic, farmàcia, veterinària, paper, fusta)	Octubre	Barcelona
Irlanda	Missió directa a Irlanda (Béns de consum, mobles, marroquineria, material de construcció, olis aromàtics)	Octubre	Girona
Itàlia	Missió d'estudi (mobiliari)	Per determinar	Tortosa

Itàlia	Seminari "Oportunitats de negoci i d'inversió a Itàlia"	febrer	Barcelona
Itàlia	Trobada empresarial a Verona (Fira Vinitaly) entre empreses europees i empreses de l'Argentina, el Brasil, Mèxic, Xile, el Perú i l'Uruguai - Programa AL-INVEST (vinícola)	8 i 9 d'abril	Barcelona
Itàlia	Missió directa (plurisectorial)	Octubre	Palamós
Itàlia	Fira Eima (maquinària agrícola)	Novembre	Lleida
Letònia	Missió directa a Estònia, Letònia i Suècia (plurisectorial)	Maig	Terrassa
Letònia	Missió directa a Estònia, Letònia i Lituània (plurisectorial)	Juny	Barcelona
Letònia	Missió directa a Estònia, Letònia, Lituània i Rússia (plurisectorial)	Octubre	Tarragona
Lituània	Missió directa a Estònia, Letònia i Lituània (plurisectorial)	Juny	Barcelona
Lituània	Missió directa a Lituània i Polònia (béns industrials)	Juny	Terrassa
Lituània	Missió directa a Estònia, Letònia, Lituània i Rússia (plurisectorial)	Octubre	Tarragona
Noruega	Missió directa a Dinamarca, Noruega i Suècia (agroalimentari)	Abril	Tortosa
Països Baixos	Missió directa a Bèlgica i els Països Baixos (nous exportadors)	Abril	Sabadell
Polònia	Missió directa a Polònia (plurisectorial)	14-17 de març	Reus
Polònia	Missió directa a Polònia i Hongria (plurisectorial)	Maig	Lleida
Polònia	Sessió informativa "Polònia: oportunitats de negoci"	Juny-juliol	Sabadell
Polònia	Missió directa a Lituània i Polònia (béns industrials)	Juny	Terrassa
Polònia	Missió directa a Hongria i Polònia (químic, farmàcia i veterinària, paper, fusta)	Octubre	Barcelona
Polònia	Missió directa a Polònia (béns de consum, maquinària i equipaments, material de transport, medi ambient, construcció)	Octubre	Sabadell
Polònia	Pont empresarial a Varsòvia	Octubre	Barcelona
Polònia	Seminari CEI "Polònia, perspectives de futur"	15 de novembre	Barcelona
Polònia	Missió institucional a Polònia (Pla país del Consejo Superior de Cámaras - CSC)	Per determinar	Barcelona
Portugal	Missió directa a Portugal (nous exportadors)	Març	Terrassa
Portugal	Missió directa a Portugal (plurisectorial)	Juny	Valls
Regne Unit	Pont d'innovació tecnològica i empresarial a Anglaterra i País de Gal·les	Maig	Barcelona
Regne Unit	Missió inversa (fruita)	Abril	Lleida
Regne Unit	Seminari "Oportunitats de negoci i d'inversió a la Gran Bretanya"	9 de febrer	Barcelona
Regne Unit	Missió directa al Regne Unit (plurisectorial - mobles i articles)	Juny	Tortosa
Regne Unit	Missió (agroalimentari)	Juny	Reus
Regne Unit	Missió directa al Regne Unit (nous exportadors)	Novembre	Sabadell
República Txeca	Missió directa a Eslovàquia i la República Txeca (auxiliar de l'automòbil i peces metàl·liques)	Abril	Barcelona
República Txeca	Missió directa a Hongria i la República Txeca (plurisectorial)	Abril	Terrassa
República Txeca	Missió directa a Hongria, la República Txeca i Eslovàquia (maquinària, béns manufacturats, alimentació)	Maig	Girona
Romania	Taula rodona "Com fer negocis amb Romania"	Per determinar	Barcelona
Romania	Sessió informativa "Bulgària i Romania: oportunitats de negoci"	Juny	Sabadell
Romania	Missió directa a Bulgària i Romania (tèxtil i confecció)	Juliol	Barcelona
Romania	Missió directa d'inversionistes a Bulgària i Romania (plurisectorial)	Setembre	Barcelona
Romania	Promoció d'aliances industrials (subcontractació)	Setembre	Manresa
Romania	Missió directa a Bulgària i Romania (plurisectorial)	Setembre	Sabadell
Romania	Missió directa a Bulgària i Romania (maquinària, béns d'equipament, alimentació)	Octubre	St. Feliu de Guíxols
Rússia	Sessió informativa "Rússia: oportunitats de negoci"	Març	Sabadell
Rússia	Missió directa a Rússia (tèxtil, alimentació)	Abril	Girona
Rússia	Missió directa a Rússia (financer, assegurador, medi ambient)	Maig	Barcelona
Rússia	Missió directa a Rússia i Ucraïna (béns de consum, maquinària i equipaments, material de transport, medi ambient, construcció)	Juny-juliol	Sabadell
Rússia	Missió directa a Estònia, Letònia, Lituània i Rússia (plurisectorial)	Octubre	Tarragona
Suècia	Missió directa a Dinamarca, Noruega i Suècia (agroalimentari)	Abril	Tortosa
Suècia	Missió directa a Estònia, Letònia i Suècia (plurisectorial)	Maig	Terrassa
Suècia	Missió directa a Dinamarca, Finlàndia i Suècia (nous exportadors)	Juny	Sabadell
Ucraïna	Missió directa a Rússia i Ucraïna (béns de consum, maquinària i equipaments, material de transport, medi ambient, construcció)	Juny-juliol	Sabadell
Xipre	Missió directa a Grècia, Xipre i Turquia (plurisectorial)	Setembre	Sabadell

ARC MEDITERRANI

ÀREA GEOGRÀFICA	TIPUS	DATES	CAMBRA
Algèria	Fòrum econòmic i trobada empresarial Algèria-Catalunya	Març	Barcelona
Algèria	Missió directa a Algèria i el Marroc (plurisectorial)	Abril	Manresa
Algèria	Missió directa a Algèria (maquinària, material elèctric, químic, plàstic, material de transport, begudes)	Maig	Barcelona

Algèria	Missió directa a Algèria, Líbia i el Marroc (plurisectorial)	Setembre	Tarragona
Egipte	Missió directa a Egipte (plurisectorial)	Març	Girona
Egipte	Missió directa a Egipte i Líbia (plurisectorial)	Març	Sabadell
Egipte	Taula rodona "Com fer negocis amb Egipte"	Maig	Barcelona
Egipte	Missió directa a Egipte (maquinària, material elèctric, material de transport, químic, plàstic)	Juny	Barcelona
Egipte	Fòrum econòmic i trobada empresarial	Setembre-octubre	Barcelona
Israel	Pont tecnològic a Israel	Novembre	Barcelona
Líban (extensió Síria)	Fòrum econòmic i trobada empresarial (Med-Enterprise UE-Líban)	Abril	Barcelona
Líban	Taula rodona "Com fer negocis amb el Líban"	Setembre	Barcelona
Líban	Missió directa al Líban (minerals, tèxtil, maquinària, químic)	Setembre	Barcelona
Líban	Missió directa al Líban (alimentació)	Octubre	Girona
Líbia	Sessió informativa "Líbia: oportunitats de negoci"	Gener	Sabadell
Líbia	Missió directa a Egipte i Líbia (plurisectorial)	Març	Sabadell
Líbia	Fòrum de construcció	Maig	Barcelona
Líbia	Missió directa a Algèria, Líbia i el Marroc (plurisectorial)	Setembre	Tarragona
Marroc	Seminari "Oportunitats de negoci i d'inversió al Marroc"	Per determinar	Barcelona
Marroc	Pont empresarial a Casablanca (tèxtil, maquinària, material elèctric, químic, plàstic, minerals, metalls, manufactures, medi ambient)	Per determinar	Barcelona
Marroc	Missió directa al Marroc (construcció)	Febrer	Barcelona
Marroc	Missió directa al Marroc i Tunísia (plurisectorial)	Març	Lleida
Marroc	Missió directa a Algèria i el Marroc (plurisectorial)	Abril	Manresa
Marroc	Missió directa al Marroc (turisme i immobiliari)	Abril	Barcelona
Marroc	Segona edició del fòrum econòmic i trobada empresarial Catalunya-Marroc (Casablanca)	Juny	Barcelona
Marroc	Missió directa al Marroc (agroalimentació)	Juliol	Barcelona
Marroc	Missió directa a Algèria, Líbia i el Marroc (plurisectorial)	Setembre	Tarragona
Tunísia	Missió directa al Marroc i Tunísia (plurisectorial)	Març	Lleida
Turquia	Sessió informativa "Turquia: oportunitats de negoci"	Maig	Sabadell
Turquia	Promoció d'aliances industrials (subcontractació)	Juny	Manresa
Turquia	Missió directa a Turquia (maquinària, productes químics, béns semifabricats)	Juny	Girona
Turquia	Fira Istanbul Packaging Fair / Foodtech - Visita agrupada (envàs i embalatge)	Setembre	Sabadell
Turquia	Missió directa a Grècia, Xipre i Turquia (plurisectorial)	Setembre	Sabadell
Turquia	Missió directa a Turquia (maquinària, turístic, portuari, alimentari, begudes)	Setembre-octubre	Barcelona
Turquia	Fòrum econòmic i trobada empresarial	Octubre	Barcelona
Turquia	Missió directa a Turquia (plurisectorial)	Novembre	Lleida
Mediterrani	Taula rodona "Com fer negocis amb l'Arc Mediterrani"	Per determinar	Barcelona
Mediterrani	Seminari sobre noves eines de finançament en el marc de la cooperació euromediterrània (capital, risc, microcrèdit, etc.)	Per determinar	Barcelona
Mediterrani	Seminari informatiu sobre els mercats de països musulmans: què és la banca islàmica, el mètode Halal - Oportunitats i perspectives	Per determinar	Barcelona
Mediterrani	Seminari "Impacte de les noves tecnologies de les pimes a l'àrea mediterrània"	Per determinar	Barcelona
Mediterrani	Fòrum Dental Mediterrani a Barcelona (indústria dental)	27-28 de gener	Barcelona
Mediterrani	Tercera edició del Fòrum Mediterrani de Franquícies (MEDA-Franchise Forum), a Barcelona (franquícia)	25-26 de febrer	Barcelona
Mediterrani	Segona edició del Fòrum Mediterrani de Desenvolupament Sostenible Ecomed-Pollutec (ECOMEDA-Forum), a Barcelona (medi ambient)	8-9 de març	Barcelona
Mediterrani	Primera edició del Fòrum Mediterrani de la Construcció, a Barcelona (construcció)	11-12 d'abril	Barcelona
Mediterrani	Tercera edició del Fòrum de Logística i Transport del Mediterrani (MEDA-Logistics & Transport Forum), a Barcelona (logística i transport)	17-18 de maig	Barcelona
Mediterrani	Tercera edició del Fòrum de Negocis i Desenvolupament del Nord d'Àfrica (NABDF), a Barcelona (inversió)	30 de maig	Barcelona
Mediterrani	Primera edició del Fòrum Mediterrani de Prevenció i Seguretat (PREVENTIA), a Barcelona (prevenció i assegurances)	8 de juny	Barcelona
Mediterrani	Segona edició del Fòrum Mediterrani de Cooperació Industrial (MEDA-Industrial Forum), a Barcelona (industrial)	Octubre	Barcelona
Mediterrani	1a Trobada entre Cambres de Comerç i Poders Locals del Mediterrani	Novembre	Barcelona
Mediterrani	Cimera Euro-mediterrània de Líders Empresarials	17 o 18 de novembre	Barcelona

ARC OCEANIA

ÀREA GEOGRÀFICA	TIPUS	DATES	CAMBRA
-----------------	-------	-------	--------

Austràlia	Missió directa a Austràlia i Nova Zelanda (tecnològic, biomèdic, construcció)	4-14 d'abril	Barcelona
-----------	-------------------------------------------------------------------------------	--------------	-----------

Nova Zelanda	Missió directa a Austràlia i Nova Zelanda (tecnològic, biomèdic, construcció)	4-14 d'abril	Barcelona
--------------	-------------------------------------------------------------------------------	--------------	-----------

ZIP PRÒXIM ORIENT

ÀREA GEOGRÀFICA	TIPUS	DATES	CAMBRA
Emirats Àrabs Units	Missió directa als EUA i l'Iran (maquinària, béns d'equipament, automoció, cosmètics)	Març	Sabadell
Emirats Àrabs Units	Fira Beauty World Middle East, Dubai (cosmètica, perfumeria) - Participació agrupada	2-4 de maig	Barcelona
Emirats Àrabs Units	Seminari previ a fira INDEX, Dubai (interiorisme, decoració)	Juny	Barcelona
Emirats Àrabs Units	Fira PLME - Private Label Middle East, Dubai - Visita d'empreses (productes marca blanca)	17-19 de setembre	Barcelona
Emirats Àrabs Units	Fira INDEX, Dubai - Participació agrupada (interiorisme, decoració)	28 nov.- 2 des.	Barcelona
Iran	Sessió informativa "Iran: oportunitats de negoci"	Gener	Sabadell
Iran	Seminari previ a la fira Iran Agro Food (alimentació, maquinària de processament i d'envasat d'aliments, maquinària agrícola)	Gener	Barcelona
Iran	Missió directa als EUA i l'Iran (maquinària, béns d'equipament, automoció, cosmètics)	Març	Sabadell
Iran	Fira Iran Agro Food 2005, Teheran - Participació agrupada (alimentació, maquinària de processament i d'envasat d'aliments, maquinària agrícola)	29 maig-1 juny	Barcelona
Iran	Seminari CEI "Iran, perspectives de futur"	13 de desembre	Barcelona
Jordània	Taula rodona "Com fer negocis amb Jordània"	Per determinar	Barcelona
Jordània	Missió directa a Jordània (maquinària industrial, farmacèutic, quimicoagrícola, telecomunicacions, turístic, portuari)	Abril	Barcelona

ALTRES ACCIONS DE SUPORT A LA INTERNACIONALITZACIÓ I COOPERACIÓ INTERNACIONAL

ÀREA GEOGRÀFICA	TIPUS	DATES	CAMBRA
PROGRAMES			
Programa d'autodiagnòstic d'internacionalització		Durant tot l'any	
Programa NEX PIPE 2000		Durant tot l'any	
Programa de seguiment PIPE 2000 Catalunya		Durant tot l'any	

SEMINARIS TEMÀTICS

Jornada sobre la internacionalització de l'empresa catalana	Per determinar	Barcelona
Sessió informativa "Presentació del Pla d'acció internacional de la Cambra de Comerç de Sabadell per al 2005"	Gener	Sabadell
Seminari sobre finançament internacional:		
"Com accedir a les subvencions per a la internacionalització de l'empresa"	24 de febrer	Barcelona
Seminari temàtic: "Com aconseguir que la nostra marca sigui un referent internacional: sector cosmètic i farmacèutic"	Abril	Barcelona
Seminari temàtic: "Com aconseguir que la nostra marca sigui un referent internacional: sector agroalimentari i begudes"	Maig	Barcelona
Seminari temàtic: "Com aconseguir que la nostra marca sigui un referent internacional: serveis de consultoria, turístics, bancaris, etc."	Juny	Barcelona
Seminari sobre oportunitats de negoci per mitjà de les agències de les Nacions Unides	Per determinar	Barcelona
Seminari sobre finançament internacional: Com aconseguir recursos financers i crèdits per a l'exportació	Per determinar	Barcelona
Seminari temàtic: "Estratègia sobre els preus dels productes que es volen exportar"	Per determinar	Barcelona
Seminari temàtic: "Eines útils multilingües de promoció internacional"	Per determinar	Barcelona

ESMORZARS DE NEGOCIS

Esmorzars de negocis a les delegacions: "Eines per a l'exportador"	1r trimestre	Barcelona
Esmorzars de negocis a les delegacions: "Eines per a l'exportador"	2n trimestre	Barcelona
Esmorzars de negocis a les delegacions: "Eines per a l'exportador"	4t trimestre	Barcelona

ESMORZARS ESCI

Esmorzar ESCI: "L'accés a nous mercats: fonts d'informació"	20 de gener	Barcelona
Esmorzar ESCI: "L'agent comercial o distribuïdor"	17 de febrer	Barcelona
Esmorzar ESCI: "Instrumentes de cobertura del risc comercial (credit management)"	17 de març	Barcelona
Esmorzar ESCI: "Geoestratègia dels mercats"	21 d'abril	Barcelona
Esmorzar ESCI: "Fires internacionals: estratègies dels expositors"	19 de maig	Barcelona
Esmorzar ESCI: "La pàgina web de l'empresa exportadora: punts clau"	16 de juny	Barcelona
Esmorzar ESCI: "Ètica empresarial i comerç internacional: la producció ètica a països tercers"	22 de setembre	Barcelona
Esmorzar ESCI: "Plataformes logístiques i de transport internacional"	20 d'octubre	Barcelona
Esmorzar ESCI: "Estratègies de màrqueting internacional per a pimes"	17 de novembre	Barcelona
Esmorzar ESCI: "La gestió internacional de compres: com reduir costos amb nous proveïdors"	15 de desembre	Barcelona

CICLE L'EXPERT RESPON

L'expert respon "Àmbit fiscal: l'IVA en el comerç internacional"	25 gener	Barcelona
------------------------------------------------------------------	----------	-----------

L'expert respon "Àmbit de la logística: subcontractar, externalitzar i gestió d'estocs internacionals"	Març	Barcelona
L'expert respon "Àmbit legal: els nous contractes internacionals"	Maig	Barcelona
L'expert respon "Àmbit bancari: noves formes de pagament i cobrament"	Juliol	Barcelona
L'expert respon "Àmbit de la política econòmica: crisi en els països del centre i del sud d'Amèrica"	Setembre	Barcelona
L'expert respon "Àmbit del màrqueting internacional: quin és el mercat més adequat per als meus productes?"	Novembre	Barcelona

JORNADES EURO INFO CENTRE (EIC)

Jornades EIC sobre sectors d'activitat d'interès als nous països de la UE (p.ex.: turisme, agroalimentari, serveis de consultoria, assessories de medi ambient i entitats financeres i bancàries)	Per determinar	Barcelona
Jornades EIC sobre la creació d'una empresa dins d'un marc europeu: els incentius que ofereixen les institucions per crear una empresa	Per determinar	Barcelona
Jornades EIC - Presentació de la xarxa Europa Business Angels	Per determinar	Barcelona
Jornades EIC - Programes europeus de cooperació: Al Invest, Asia Invest, Pro-Invest, Meda	Per determinar	Barcelona
Jornades EIC - Com treure el màxim partit d'una trobada organitzada en el marc d'un programa europeu	Per determinar	Barcelona
Jornades EIC - Política europea en la gestió dels residus	Per determinar	Barcelona
Jornades EIC - L'etiqueta ecològica (sectors tèxtil, paper, pintures, detergents, alimentació, etc.)	Març	Barcelona

TROBADES SECTORIALS DE SUBCONTRACTACIÓ

Trobada sectorial de plàstics a Barcelona (subcontractació)	Per determinar	Barcelona
Trobada del sector aeroespacial (subcontractació)	Per determinar	Barcelona
Trobada del sector de l'electrònica (subcontractació)	Per determinar	Barcelona
Fira Satcar 2005, Clermond-Ferrand (França)	23-24 de març	Barcelona
V Trobades europees de la subcontractació	Octubre	Barcelona

FORMACIÓ (*)

Curs "Com minimitzar la càrrega fiscal de l'activitat internacional"	per determinar	Terrassa
Curs sobre com preparar i presentar licitacions als organismes financers multilaterals	Per determinar	Barcelona
Curs "Business English Workshop"	12 gen.-13 jul.	Sabadell
Sessió informativa "Com saber què està fent la competència sense moure's de l'oficina?"	18 de gener	Sabadell
Seminari "Els intercanvis intracomunitaris de mercaderies. IVA i Intrastat"	25 de gener	Sabadell
Curs "Estratègia internacional per a pimes"	31 gen.- 23 feb.	Terrassa
Seminari "Com crear una web per a l'exportació"	7 de febrer	Terrassa
Com negociar un contracte de distribució internacional	7 de febrer	Barcelona
Gestió duanera	1-15 de febrer	Barcelona
L'IVA en el comerç exterior: Intrastat	16-18 de febrer	Barcelona
Seminari "Com buscar informació per exportar"	22 de febrer	Sabadell
Sessió informativa "Ajuts en el comerç internacional"	Març	Sabadell
Com negociar un contracte de compravenda internacional	2 de març	Barcelona
Seminari "Com negociar un crèdit documentari"	7 de març	Sabadell
Curs "Programa de direcció i gestió per a empreses"	9-23 de març	Terrassa
Transport internacional	30 març-1 abril	Barcelona
Finances internacionals	4-8 d'abril	Barcelona
Gestió administrativa en comerç exterior	12 d'abril-12 de maig	Barcelona
Com contractar un agent comercial a l'estranger	18 d'abril	Barcelona
Fiscalitat internacional	18-27 d'abril	Barcelona
Seminari "Tributació internacional de l'empresa espanyola"	Maig	Sabadell
Curs "Com utilitzar internet en els processos d'exportació"	5-26 de maig	Terrassa
Sessió informativa "Cobertures de risc i tipus de canvi"	Maig	Sabadell
L'assegurança en el transport internacional	6 de maig	Barcelona
Contractació internacional	17-31 de maig	Barcelona
Costos de les operacions en comerç exterior: Incoterms	20-22 de maig	Barcelona
Internet i exportació	2 de juny	Barcelona
Logística internacional	14-16 de juny	Barcelona
Seminari "Com contractar un agent comercial"	Octubre	Sabadell
Curs "Gestió administrativa del comerç exterior"	Octubre-desembre	Sabadell
Seminari "Negociar amb un distribuïdor a l'exterior"	Novembre	Sabadell

(*) consulteu les dates en altres delegacions de la Cambra de Barcelona (Alt Penedès, Anoia, Baix Llobregat, Barcelonès Nord, Berguedà, Garraf, l'Hospitalet, Maresme, Osona i Vallès Oriental)

el peaje alemán

De todos es sabido que las autopistas alemanas han sido siempre la envidia de Europa. No ya por sus trazados, sino por su gratuidad. Para el transporte de mercancías ese mito cayó hace tiempo, pues los camioneros que conducían camiones de alto tonelaje pagaban ya unas tasas diarias de 8 EUR. Pero desde el pasado 1 de enero se ha puesto en marcha el nuevo sistema de pago y de seguimiento por GPS que ha traído de cabeza a las autoridades alemanas.

Lo que iba a convertirse en santo y seña del *made in Germany* pasó a ser uno de los fiascos tecnológicos más sonados de Europa. Tras meses y meses de demora, en 2005 finalmente ha nacido –con casi año y medio de retraso– una nueva manera de pagar peajes. Eso sí, este nuevo sistema está trayendo no pocos dolores de cabeza a los más de 15.000 camioneros españoles que cruzan diariamente Europa.

El funcionamiento, dicen, es difícil, entre otras cosas porque no está disponible en español y porque una vez se ha trazado el camino debe seguirse a rajatabla. Si te pasas o te equivocas de salida, multa. Claro que desde el nuevo consorcio señalan que uno siempre puede "cambiar el trayecto" volviendo a reiniciar la tramitación del trayecto. El invento ha obviado las barreras, todo funciona gracias a unas terminales que se instalan en las cabinas de los camiones, las llamadas "unidades de a bordo" (OBU, en sus siglas en inglés) que a través de un seguimiento GPS y unos detectores instalados en los puentes de las autopistas realizan un seguimiento de todos los camiones.

Daimler-Chrysler, Deutsche Telekom y Cofiroute, los integrantes del consorcio adjudicatario, Toll-Collect, ya dan, después de muchos quebraderos de cabeza, grandes saltos de alegría, al igual que el fisco alemán. A buen seguro, la idea no tardará en exportarse. Ahora bien, si con el alza del gasóleo no había suficiente, las empresas de transporte catalanas, españolas y europeas, saben que pasar por Alemania, hoy por hoy, tiene su precio.

asia, en el ojo del huracán

A veces, una imagen vale más que mil palabras. Y lo que hemos podido ver estas últimas semanas con relación a la catástrofe del tsunami asiático supera, con creces, los límites de la imaginación humana. La devastación ha sido tan grande que sobran comentarios sobre la necesidad de ayudar a unos países que, por su posición en el mapa, sufren terremotos, tifones y tornados más veces de lo que ellos quisieran.

Aun así, y dejando de lado las escalofriantes cifras de muertos, hay un mal menor: las infraestructuras destrozadas no han sido tantas si comparamos lo que hubiese podido ocurrir si las zonas afectadas hubiesen sido grandes poblaciones, así como núcleos industriales. En el deseo de todos está que en esos países nuevamente brille el sol, recuperen el ánimo y la esperanza y vuelvan a la senda del crecimiento que les asegure un futuro mejor.

la constitución europea



El 20 de febrero será una fecha histórica. Al menos en España. Para el resto de europeos, será un pequeño pasito más hacia el día de la ratificación definitiva del Tratado constitucional. Si ese día España dice sí, quedará un trámite menos, aunque no el más difícil, para ese sueño de muchos.

Claro está que para poder votar sí (o no) se necesita información. Y hasta la fecha, ésta ha brillado por su ausencia. Dejando de lado las discusiones internas en algunos partidos políticos, ha habido una ausencia total de debate público. Se supone que con la campaña electoral, que se iniciará después de la primera semana de febrero, las discusiones sobre Europa y su Constitución nos enriquecerán a todos. A la espera de ese necesario debate, los lectores del *Noticiari* pueden consultarla en esta dirección de Internet: <www.constitucioneuropaea.es/index.jsp>.

el tamaño sí importa

Las discusiones sobre el tamaño siempre han sido muy partidistas en función de lo grande o pequeño que sea uno. Pero lo que parece estar cada vez más claro es que para poder ser alguien en un mundo cada vez más global, hay que crecer en dimensión. Es ésta, sin duda, una de las asignaturas pendientes de la empresa catalana. De ahí que en los años ochenta, cuando se iniciaba la internacionalización de la economía catalana, se hablase de multinacionales *de butxaca*.

Pero en pleno siglo XXI esas empresas, antaño pequeñas, necesariamente han de pasar a medianas, y éstas, a grandes, a riesgo de quedar relegadas en la cola del pelotón u orilladas en la cuneta. Decimos esto porque recientemente *Actualidad Económica* realizó un ranking sobre los mayores grupos empresariales no financieros por cifra de negocio españoles, y de los 25 primeros, sólo 3 eran catalanes. O mejor dicho, tenían sede en Catalunya, porque SEAT, uno de los integrantes de la lista, pertenece al Grupo Volkswagen, que es alemán.

el mercado más saturado del mundo

Vender en EEUU no es fácil. O sí, depende del cristal con que se mire. No es fácil porque es un mercado muy maduro en el que todo o casi todo está ya inventado. Eso sí, una buena idea, bien presentada, y mejor desarrollada, siempre tendrá un hueco en un mundo donde el consumismo es la razón misma de la existencia.

Y es que ya lo dicen los propios estadounidenses: *business is business*. No importa de dónde vengas –excepciones y anécdotas al margen, como la de las *freedom fries* de hace unos meses–, si eres bueno y gusta lo que haces, los norteamericanos lo compran. De hecho, el pasado año, el hasta hace poco director general de Inoxrom USA, Josep Piqué, reconocía al *Noticiari* su amor por un país en el que todo el mundo tiene su oportunidad si sabe aprovecharla y no le faltan “gananas de trabajar”. Esas “gananas de trabajar” son fundamen-

A la hora de penetrar en este mercado, el empresario catalán haría bien en preguntarse si es innovador o un *me too* más, señala Must

tales, ya que la competitividad es otra de las señas de identidad. El nivel de exigencia es máximo y de ello, la empresa que quiera abordar aquel mercado, debe ser plenamente consciente. Como también ha de tener claro una perogrullada tal como ésta: EEUU es muy grande y en su totalidad es imposible abarcarlo. Pero no es sólo grande en extensión, también en población y en la capacidad de consumo que tiene una sociedad con una renta per cápita superior a los 32.000 USD. Eric Must es *export manager* de Nutrexp y trabaja en esta multinacional catalana como responsable del mercado estadounidense. Must,

norteamericano, es muy consciente de esta realidad y aboga por planificar bien la entrada en un país que consume compulsivamente. Siempre hay un día para comprar: ya sea por Halloween, en Navidad, para el Easter, el Valentine's Day o para la *back to school*. Y hablamos de un volumen de compras mareante, como “los más de 2.000 MUSD en confitería durante Halloween de 2003”, recuerda Must.

De la misma opinión es Luis de Velasco, consejero económico y comercial jefe de la Oficina Económica y Comercial de España en Nueva York, que en el último número de *El Exportador* reconocía que hay que concentrar esfuerzos debido a “la inmensidad de este país”. De Velasco recomendaba 2 puertas de entrada para los productos españoles. Ambas, obviamente, en el Atlántico: el llamado TriState (que forman los Estados de Nueva York, New Jersey y Connecticut) o Florida, donde la presencia hispana es muy grande y puede servir también como plataforma a Centroamérica.

El bueno de la película

Precisamente en Florida se instaló hace ya casi 25 años Iberia Tiles, una filial de Cerámica Sugrañes, creada expresamente como una distribuidora de materiales de construcción. Rosa Sugrañes está desde entonces al frente de ella y después de todos estos años la firma ha alcanzado casi 20 MEUR de facturación y emplear a 50 personas.

Desde la matriz catalana, Marcel·lí Sugrañes, el consejero delegado, considera que el mercado norteamericano es sumamente “agradecido”. A diferencia de lo que pasa en otros lares, en EEUU

“el empresario es el bueno de la película y se le agradece pública y privadamente los riesgos que asume y los esfuerzos que realiza para crear riqueza y generar empleo”.

Sugrañes cree que una de las primeras cosas que hay que hacer para abordar ese mercado es desterrar algunos tópicos como el que los americanos son ingenuos e inocentes: “menospreciar su capacidad empresarial o el talento individual o colectivo de su gente es un error que se suele pagar muy caro”, señala.

el país de los abogados

Con más de 9 millones de km² y aproximándose a los 300 millones de habitantes, EEUU es un país muy diverso y plural, en el que prima una movilidad y flexibilidad laboral desconocida en Europa. Es un país obsesionado con la ley y el orden. Saltarse la ley es pecado y está duramente penado, así como violar la sacrosanta libertad individual de las personas.

Ante este panorama, es lógico que los abogados hayan hecho de su profesión un *modus vivendi*. Todo es denunciabile y defendible. Eso nos lleva a un consejo muy práctico a las empresas españolas que se establezcan allí: lo mejor que pueden hacer es firmar un seguro de responsabilidad civil. Le librará de las presiones de su distribuidor y de las amenazas de leguleyos ávidos de cobrar un porcentaje de indemnizaciones millonarias.

ser o no ser... digital

En anteriores ediciones hablamos de la necesidad de adaptar y americanizar los productos y el servicio de las empresas catalanas para acceder con éxito al mercado de Estados Unidos. En esta ocasión, destacaremos la gran ventaja que puede suponer el uso de las herramientas digitales para acceder y aumentar la cuota de participación en el mercado norteamericano. Ciertamente, Internet no da una solución universal, aunque usado correctamente, puede ser una herramienta muy poderosa para superar las barreras que encuentran las empresas cuando intentan penetrar en un país y, muy especialmente, en Estados Unidos.

Los siguientes datos nos permitirán dimensionar las potencialidades de la herramienta.

Mundialmente, hay unos 620 millones de usuarios entre particulares, empresas y organizaciones conectadas a Internet y esta cifra aumenta cada día. Estados Unidos, con unos 205 millones de usuarios, concentra el 33 % de la población de Internet.

Por lo que respecta a los mercados digitales (*market places*), se estima que existen unos 2.500 en todo el mundo, teniendo aproximadamente un 80 % su ámbito de actuación en Estados Unidos y siendo en este país donde el volumen de negocio que se efectúa vía Internet (*e-commerce*) es más elevado. El 18 % del negocio que se genera en Estados Unidos se lleva a cabo mediante este canal.

Un último dato relativo a la importancia de Internet es que, aproximadamente, de los 3.000 millones de páginas web que existen actualmente, unos 1.700 millones son de Estados Unidos, es decir, el 56 % del total mundial.

Todos estos datos nos indican que la empresa que ha hecho el esfuerzo de digitalizarse, está mejor posicionada y dispone de unas mejores herramientas de promoción para acceder al mercado de Estados Unidos.

Las ventajas en cuanto a promoción y comercialización son

claras. Estar presente con una buena página web en la Red significa estar, mediante Internet, donde los clientes y/o proveedores, actuales o potenciales, seguramente están buscando la información.

El hecho de que la empresa catalana disponga de una buena página web significa que en la tarea que con frecuencia se nos solicita de búsqueda de canales de comercialización o de clientes finales, no tengamos que limitarnos a los canales tradicionales (fuera de línea), sino que podamos completar el espectro de posibilidades con todas las empresas que desde Internet se ofrecen (en línea).

Además, el poder participar en comunidades virtuales y mercados digitales ofrece a la empresa una información muy valiosa sobre la percepción de sus productos o servicios en los mercados, permite obtener el *feedback* de los clientes y un mejor conocimiento de la forma de realizar negocios en los mercados objetivos. Todo ello permite a la empresa ser más precisa en sus estrategias de expansión internacional, pasando de una estrategia geográfica más general a una estrategia de segmentación de clientes y de identificación de nichos de mercado.

Con el objetivo de facilitar el acceso al mercado, el equipo del COPCA responsable de Estados Unidos, tanto en Barcelona como en Nueva York, Miami, Los Angeles, nos ponemos a la disposición de la empresa catalana para aconsejarles acerca del mejor modo de adaptar sus medios de promoción digital al mercado de Estados Unidos.

Miquel Alabern i Nebot

Director del Centro de Promoción de Negocios del COPCA en Nueva York
america@copca.com

La segunda regla de oro, en opinión de Sugrañes, es limitar el proyecto a la capacidad financiera de la empresa. Como decía Must, querer abarcar todo el mercado es, de entrada, una temeridad. Paso a paso y, como decían antaño, “con buena letra”. El empresario español ha de tener muy claro que, seguramente, el primer pedido que le hagan sea de tanteo y que esas no serán las cantidades futuras. ¿Cuántas empresas españolas de alimentación podrían, por ejemplo, hacer frente a un pedido a gran escala de Wal Mart?

A Sugrañes también le gusta repetir una obviedad: “¿A los americanos les gustan las hamburguesas?”. Esto es, de nada sirve intentar convencerles de que prueben las bondades de una buena tortilla de patata o una deliciosa paella.

el dólar, en caída libre

Desde que en Bretton Woods nació el nuevo orden económico internacional de las cenizas de la IIGM, el dólar ha sido el claro dominador del escenario mundial. Ahora bien, desde que la Administración Nixon acabara con la paridad oro-dólar, también es verdad que las apreciaciones y devaluaciones del billete verde han estado al orden del día. Parece que ya nadie se acuerda que, entre los años ochenta y noventa, el dólar fluctuó entre las 90 y las 200 pesetas. El problema actual es que con la política que parece empeñado en llevar adelante el presidente Bush, poco o nada va a cambiar, al menos en los próximos meses. Así las cosas, los exportadores catalanes que quieran seguir manteniendo el tipo al otro lado del Atlántico, tendrán que ajustar muy mucho los precios y redoblar esfuerzos para no perder cuota de mercado.

Ciertamente, ante el gigantesco doble déficit, poco puede hacerse y la única salida viable que tiene la Casa Blanca es dejar que su moneda se devalúe hasta que consiga reequilibrar el excesivo déficit comercial. El problema es que, tal y como comentábamos en el número pasado, los chinos, con el yuan atado al dólar no sufren las consecuencias. O dicho de otra manera: el cobro de semejante “marrón” se lo come Europa, cuya economía no está precisamente para tirar cohetes ni pagar los dispendios de los demás.

Para tener éxito en aquel mercado hay que acoplarse a sus gustos y manías. Adaptar los catálogos a las medidas estándar, convertir las medidas del sistema métrico al imperial, presentar los certificados conforme a la normativa americana o trabajar en dólares.

El empresario español ha de tener muy claro que, seguramente, el primer pedido que le hagan sea de tanteo y que esas no serán las cantidades futuras

Por último, el consejero delegado de Cerámica Sugrañes recuerda que, a todas aquellas empresas que se quieran instalar en suelo estadounidense, adopten políticas de recursos humanos propias de allí, y no las europeas. La explicación es sencilla, "el principal problema de las empresas suele ser retener a los buenos colaboradores" debido a que la

más fácil comprar que vender

Debido a esa peculiar cotización del dólar respecto del euro, a las empresas españolas les sale más barato comprar que vender. Pero esa oportunidad de compra no sólo debería de limitarse a conseguir algún socio proveedor, sino que debería aprovecharse para posicionarse en un mercado tan complejo como éste comprando alguna pequeña empresa estadounidense. Salvando las distancias de tamaño respecto de las pymes catalanas, es lo que ha venido a hacer el BBVA con la adquisición de una pequeña entidad bancaria del Estado de Texas, el Laredo National, por un total de 850 MUSD.

Tous no compra pero sí aprovecha la ocasión para implantarse en ese país: entre 2004 y 2005 tiene previsto inaugurar casi una quincena de establecimientos. En un proceso semejante de expansión está la firma barcelonesa de moda Simorra, que en 15 meses tiene previsto abrir 12 puntos de venta. Otro que está diseñando su asalto a este mercado es la vallesana Mango, en este caso pasando antes por Canadá.

economía es muy cambiante y dinámica y ofrece muchas oportunidades, especialmente a los mejores, dice Sugrañes. De ahí la necesidad de "diseñar programas de fidelización y retención de empleados".

Pero hay otros 2 mitos que deben tenerse muy en cuenta. Es cierto que es un mercado muy abierto y competitivo y los aranceles no suelen ser un gran impedimento para entrar. El problema

es otro: hay que adaptar el producto a la legislación estadounidense. Y eso requiere tiempo y dinero. Por otra parte, es necesario ser unos verdaderos genios del marketing y tener un servicio posventa que cumpla las exigencias del cliente americano.

Pelayo Corella



FERIA VALENCIA

HABLEMOS DE NEGOCIOS

Feria Valencia, ahora más espacio, más servicio y más negocio.

Feria Valencia se ha transformado en un nuevo concepto de feria orientada a la satisfacción, a la comodidad y al establecimiento y desarrollo de negocio.

■ **Una gran feria a la vanguardia de los recintos europeos y la mayor superficie expositiva del panorama español.**

Feria Valencia ha acometido un ambicioso proyecto de ampliación y modernización de sus instalaciones. El resultado es una gran feria a la vanguardia de los recintos europeos y la mayor superficie expositiva del panorama español, al disponer de 230.000 m². Feria Valencia no solo ha crecido en espacio, también ha invertido en la mejora y ampliación de servicios así como en infraestructuras.

■ **Un proyecto de modernización y ampliación que se ha concretado en un recinto ferial de más de 600.000 m².**

El incremento del 55% de superficie de exposición, respecto al recinto antiguo, se ha visto acompañado de una mejora y una ampliación de otras áreas necesarias para el desarrollo de la actividad ferial. La superficie destinada a servicios asciende a 110.000 m² (un 300% más que en el antiguo recinto) y los 90.000 m² de parking supone una dotación de 7.000 plazas de aparcamiento.



Feria Valencia también ha realizado un esfuerzo para mejorar los accesos y las comunicaciones internas, simplificando los desplazamientos y recorridos por el recinto ferial así como las conexiones con la ciudad de Valencia. En definitiva, una gran feria de más de 600.000 m².

■ **La superficie destinada a servicios asciende a 110.000 m², un 300% más que en el antiguo recinto.**

La mejora de las instalaciones conlleva un especial esmero en la calidad de los servicios prestados para cubrir las necesidades de visitantes y expositores.

Feria Valencia ha apostado por las nuevas tecnologías dotando sus instalaciones de fibra óptica y plataforma de red inalámbrica WIFI. También se ha mejorado la movilidad de vehículos en el recinto con el acceso de vehículos pesados en todos los niveles para facilitar la carga y descarga.

Feria Valencia se ha transformado en un nuevo concepto de feria orientada a aumentar la satisfacción y la comodidad de visitantes y expositores y que actúa como perfecta plataforma en el establecimiento y desarrollo de negocio. ■ ■ ■



AC HOTELS EN LEVANTE

AC CASTELLÓN AC VALENCIA AC PETRER

AC MURCIA AC ELCHE AC ELDA

AC CIUTAT D'ALCOI AC ALICANTE (Apertura 2005)



Información y Reservas

902 292 293 +34 902 292 295

www.ac-hotels.com

FORMACIÓN

Seminarios

ESTRATEGIA INTERNACIONAL PARA PYMES	31 DE ENERO
Lugar:	Cámara Terrassa
Contacto:	Lucía Carmona formacio@cambraterrassa.es
GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN EL COMERCIO INTERNACIONAL. NIVEL I	7 DE FEBRERO
Lugar:	Cámara Terrassa
Contacto:	Lucía Carmona formacio@cambraterrassa.es
NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL	16 DE FEBRERO
Lugar:	Cámara Terrassa
Contacto:	Lucía Carmona formacio@cambraterrassa.es
FISCALIDAD EN EL COMERCIO INTERNACIONAL	21 DE FEBRERO
Lugar:	Cámara Terrassa
Contacto:	Lucía Carmona formacio@cambraterrassa.es
FORMAS DE PAGO Y COBROS INTERNACIONALES	21 DE FEBRERO
Lugar:	Cámara Terrassa
Contacto:	Lucía Carmona formacio@cambraterrassa.es
GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN EL COMERCIO EXTERIOR	DEL 29 DE MARZO AL 26 DE MAYO
Lugar:	Cámara Lleida
Contacto:	Esther Fernandez efernandez@cambrescat.es
INTERCAMBIOS INTRACOMUNITARIOS DE MERCANCÍAS: DECLARACIONES INTRASTAT E IVA	17 Y 19 DE MAYO
Lugar:	Cámara Lleida
Contacto:	Esther Fernandez efernandez@cambrescat.es
LOS DOCUMENTOS EN EL COMERCIO INTERNACIONAL: SU TRAMITACIÓN	24 Y 26 DE MAYO
Lugar:	Cámara Lleida
Contacto:	Esther Fernandez efernandez@cambrescat.es
INCOTERMS, CÁLCULO DE PRECIOS PARA LA EXPORTACIÓN	30 Y 31 DE MAYO
Lugar:	Cámara Lleida
Contacto:	Esther Fernandez efernandez@cambrescat.es
Jornadas	
COMO CREAR UNA WEB PARA LA EXPORTACIÓN. PROMOCIÓN DE VENTAS EN LA RED	7 DE FEBRERO
Lugar:	Cámara Terrassa
Contacto:	Lucía Carmona formacio@cambraterrassa.es

ESTUDIO DEL PERFIL EXPORTADOR DE LAS EMPRESAS DE LA DEMARCACIÓN DE TERRASSA	9 DE FEBRERO
Lugar:	Cámara Terrassa
Contacto:	Natalia Bertran nbertran@cambraterrassa.es
PRESENTACIÓN DEL PAIC	27 DE ENERO
Lugar:	Sabadell
Contacto:	Berta Colomo bcolomo@cambrasabadell.org
CÓMO CONTRATAR A UN AGENTE COMERCIAL EN EL EXTRANJERO	27 DE ENERO
Lugar:	Cámara Lleida
Contacto:	Esther Fernandez efernandez@cambrescat.es
PRESENTACIÓN DEL PAIC	28 DE ENERO
Lugar:	Cámara de Barcelona
Contacto:	Helena Lloveras hlloveras@mail.cambrabcn.es
OPORTUNIDADES DE INVERSIONES Y NEGOCIO EN EL REINO UNIDO	9 DE FEBRERO
Lugar:	Cámara de Barcelona
Contacto:	Paola Cobos pcobos@mail.cambrabcn.es
ESTUDIO DEL PERFIL EXPORTADOR DE LAS EMPRESAS DE LA DEMARCACIÓN DE TERRASSA	9 DE FEBRERO
Lugar:	Cámara Terrassa
Contacto:	Natalia Bertran nbertran@cambraterrassa.es
CÓMO HACER NEGOCIOS EN SIRIA Y JORDANIA	10 DE FEBRERO
Lugar:	Cámara de Barcelona
Contacto:	Paola Cobos pcobos@mail.cambrabcn.es
ARGENTINA, PERSPECTIVAS ECONÓMICAS	15 DE FEBRERO
Lugar:	Cámara de Barcelona
Contacto:	Paola Cobos pcobos@mail.cambrabcn.es
CÓMO BUSCAR INFORMACIÓN PARA EXPORTAR	22 DE FEBRERO
Lugar:	Cámara Sabadell
Contacto:	Marta Fernández mafernandez@cambrasabadell.org
CÓMO ACCEDER A LAS SUBVENCIONES PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA	24 DE FEBRERO
Lugar:	Cámara de Barcelona
Contacto:	Paola Cobos pcobos@mail.cambrabcn.es
PERFECCIONAMIENTO EMPRESARIAL PARA PYMES	24 DE FEBRERO
Lugar:	Cámara Terrassa
Contacto:	Natalia Bertran nbertran@cambraterrassa.es

AGENDA DE LA INTERNACIONALIZACIÓN

Durante los próximos meses de febrero, marzo y abril están previstas las visitas de los siguientes responsables de los Centros de Promoción de Negocios (CPN):

OFICINA	ÁMBITO DE ACTUACIÓN	CONTACTO BARCELONA	FECHAS	DIRECTOR OFICINA
Berlín	Alemania	Josep M. Gomes	Previsión marzo 2005	Detlef Pfeffer
Plataforma Stuttgart	Alemania -automoción-	Josep M. Gomes	Previsión marzo 2005	Claudia Jehle
Stuttgart	Alemania	Josep M. Gomes	Del 19 al 21 de enero 2005	Angela Hendris
Buenos Aires	Argentina	Trini Bofarull	Previsión abril 2005	Horacio Babini
Sydney	Australia y Nueva Zelanda	Anna Bellver	Previsión febrero 2005	Judit Hidalgo
Viena	Austria	Montserrat Mont	Previsión enero 2005	Christian Haider
Bruselas	Bélgica y Países Bajos	Sílvia Valls	Previsión febrero 2005	Rosa M. Montserrat
Sao Paulo	Brasil	Trini Bofarull	Previsión abril 2005	Julio César do Nascimento
Montreal	Canadá	Trini Bofarull	Previsión abril 2005	Enrique Martí
Copenhague	Dinamarca, Finlandia, Suecia y Noruega	Sílvia Valls	Previsión marzo 2005	Àngels Colom
El Cairo	Egipto	Xavier Albarracín	Previsión marzo 2005	Akram El Hosseiny
Dubai	Emiratos Árabes y Arabia Saudí	Xavier Espasa	Previsión febrero 2005	Elie Anbar
Los Angeles	EEUU	Sònia Gonzàlez	Previsión abril 2005	Carme Ferreras
Miami	EEUU	Sònia Gonzàlez	Previsión abril 2005	Conchita Muñoz
Nueva York	EEUU	Sònia Gonzàlez	Previsión abril 2005	Miquel Alabern
Lyon	Francia	Montserrat Mont	Previsión enero 2005	Carme Keller
París	Francia	Montserrat Mont	Previsión febrero 2005	Francesc Díaz
Hong-Kong	Hong-Kong	Xavier Espasa	Previsión marzo 2005	J. Antonio Arribas
Budapest	Hungría	Eva Aumedes	Previsión febrero 2005	Magdalena Nyari
Nueva Delhi	India	Marta Coca	Previsión abril 2005	Sudhanshu Karandikar
Milán	Italia	Sílvia Valls	Del 24 al 28 de enero 2005	Roser March
Teherán	Irán	Xavier Albarracín	Previsión febrero 2005	Davood Moradnia
Tokio	Japón	Marta Coca	Previsión marzo 2005	Yoshiyuki Iwahashi
Casablanca	Marruecos	Xavier Albarracín	Previsión marzo 2005	Mustafà Sanhaji
México DF	México	Roger Costa	Previsión abril 2005	Arturo Chávez
Varsovia	Polonia	Eva Aumedes	Previsión marzo 2005	Víctor Santisteban
Lisboa	Portugal	Victòria Sáenz	Previsión febrero 2005	Teresa Godina
Londres	Reino Unido	Victòria Sáenz	Previsión marzo 2005	Cristina Serradell
Praga	República Checa	Eva Aumedes	Previsión febrero 2005	Jan Prochazka
Moscú	Federación Rusa	Victòria Saenz	Previsión abril 2005	Ludmila Luwobskaia
Singapur	Singapur, Malasia, Indonesia y Filipinas	Marta Coca	Previsión marzo 2005	Jordi Maluquer de Motes
Johannesburgo	Sudáfrica	Marta Coca	Previsión marzo 2005	Asier Lusa
Taipei	Taiwán	Xavier Espasa	Previsión marzo 2005	Joanna Wu
Estambul	Turquía	Xavier Albarracín	Previsión marzo 2005	Ali Kahvecioglu
Montevideo	Uruguay	Trini Bofarull	Previsión abril 2005	Armand Morales
Santiago de Chile	Chile	Roger Costa	Previsión abril 2005	Germán del Fierro
Beijing	China	Xavier Espasa	Del 17 al 21 de enero 2005	Santiago Santamaria

Los interesados en hablar con algún responsable de las mismas, pueden ponerse en contacto con el COPCA.

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

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

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

- Participaciones en ferias
- Misiones directas
- Misiones inversas
- Encuentros empresariales

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

NEGOCIOS INTERNACIONALES

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

Más información en:

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



EURO INFO CENTRE



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

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

Más información en:

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



optimismo

Los españoles contemplamos con mucho optimismo la situación económica de 2005. Tal estado de ánimo se desdobra en dos puntos: el mayor dinamismo económico y las mejores perspectivas de consumo. Así se desprende de una encuesta a 7.800 consumidores europeos de 15 países, realizada por el Banco Cetelem, entidad especializada en concesión de créditos al consumo. Preguntados sobre la situación actual con vistas al nuevo año, los españoles la valoran con un 5,81 sobre 10, sólo por detrás de Bélgica, y muy por encima de la media comunitaria (4,71). Atrás, muy atrás, quedan los portugueses, los alemanes, o los italianos, los franceses o los ingleses.

Contrasta esta percepción de la realidad económica con la del resto de los países europeos, incluyendo algunos de los

recién ingresados en la UE, como Polonia, Eslovaquia, Hungría o República Checa.

Los españoles traducen esta bonanza en 3 mejoras: la financiera, la de la calidad de vida y la de la capacidad de invertir. La encuesta revela que casi la mitad de los españoles cree que consumirá más que en 2004; y que un tercio presupone que ahorrará más.

No sé si vivimos en la Ínsula Barataria, como en *El Quijote*. Pero el hecho es que a pesar del incremento del endeudamiento inmobiliario, el mercado interior sigue muy potente. La fortaleza del mercado interno facilita, cómo no, la capacidad de mejorar la posición en el europeo y en los internacionales.

Josep-Francesc Valls

Edición:  www.cambrescat.es

Difusión controlada por: 

Consejo de redacción:
Pilar Bellaubí, Jaume Bercial, Narcís Bosch, Palmira Cabañero, Josep Maria Cervera, Ramon Clivell, Jaume Ferrer, Narcís Puigvert, Jordi Quejido, Laura Rodríguez, Sònia Sas, Josep-Francesc Valls

Director
Josep-Francesc Valls

Redactor jefe
Pelayo Corella

Redacción y producción
Sira Abenoza, Hortensia Fernández, Susan Ruiz

Colaboradores
Pere Puig, Maribel Tejada, Maria Targa, Judit Permanyer

Fotografía e ilustración
José Luis Carrasco y Daniel H. Agostini

Supervisión lingüística
Francesc X. Navarro

Realiza, información y suscripciones
Medià Europa, SL.
Tel. 93 284 89 11 / Fax 93 284 81 92
informatiu@cambrescat.es

Diseño e impresión
Gráficas 94, SL

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

Depósito Legal
2277-1972

Edición:
Cambrà 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

Cambrà 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

Cambrà de Comerç de Girona
Av. Jaume I, 46
17001 Girona
Tel: 972 418 500
Fax: 972 418 501
C/e: ccgpe@cambrescat.es
www.cambragi.com

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

Cambrà 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

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

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

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

Cambrà de Comerç de Tarragona
Av. Pau Casals, 17
43003 Tarragona
Tel: 977 219 676
Fax: 977 240 900
C/e: rbaros@cambrescat.es
www.cambratagn.com

Cambrà 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

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

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

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

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

BOLETÍN DE SUSCRIPCIÓN

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

Nombre y apellidos _____ Empresa _____

Dirección _____

Población _____ Código postal _____ Teléfono _____

Fax _____ Dirección electrónica _____

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

L'Anella Internacional

El Punt de trobada de la
internacionalització a Catalunya

www.copca.com

Informació

L'Infoexport
El servei de documentació
L'Agenda de la internacionalització
L'Actualitat internacional
El COPCA informa
L'InfoCOPCA
El dgMarket
Les Aules temàtiques

Assessorament a mida

El COPCA al món
Els Serveis a la internacionalització

Empreses exportadores

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

Gestió del coneixement

L'Eina per captar, crear i intercanviar coneixement

Participació activa

El Club NEI
El Xat dels becaris
Els Fòrums: L'empresa i la cooperació al desenvolupament;
Import/Export; Els joves i la internacionalització
L'Enquesta

Incentius a la internacionalització

La Tramitació electrònica de subvencions