

# Cumbre Euromediterránea, diez años después



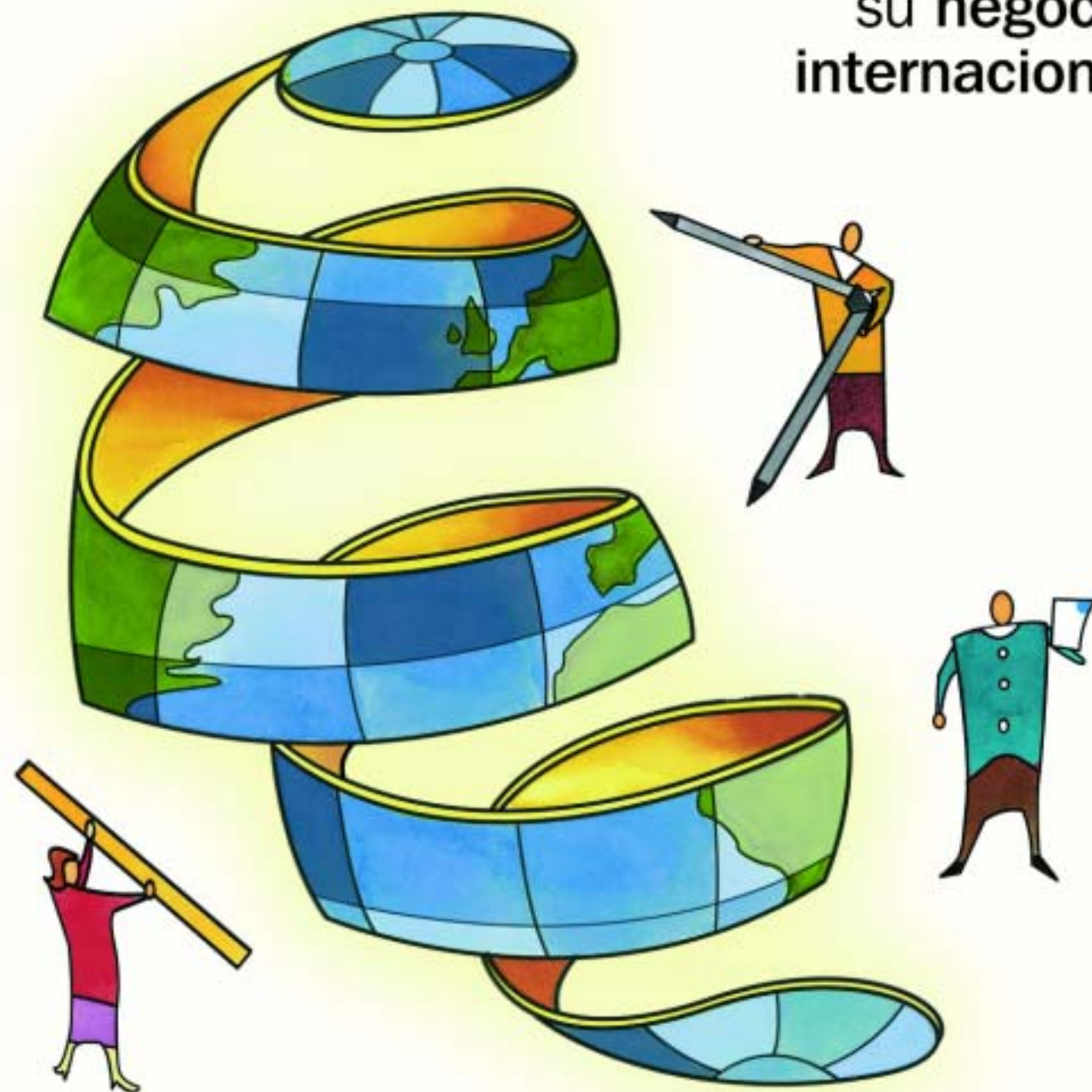
Entrevista a Fred Halliday,  
profesor de la London School of Economics

“El presente es el Pacífico”

Se presenta el Plan India

El patrón  
exportador catalán

## Especialistas en **soluciones** para su **negocio internacional**



En el **grupo Banco Sabadell** tienen a su disposición un equipo de especialistas de internacional que les asesorarán personalmente y gestionarán de manera ágil y eficaz desde la transacción más sencilla hasta la operación más sofisticada.

**Les acompañamos en el desarrollo de su negocio**

Infórmese en cualquier oficina de las entidades del grupo Banco Sabadell o bien por internet en [www.bancosabadell.com](http://www.bancosabadell.com)



**BancoSabadell**

• SabadellAtlántico • BancoHerrero • Solbank



## sumario

- 04 En portada:  
Cumbre Euromediterránea,  
diez años después
- 12 Entrevista:  
Fred Halliday, profesor de la  
London School of Economics



- 16 El futuro de la industria
- 21 Presentado el Plan India
- 22 El patrón exportador catalán

## carta abierta

### objetivo: 2010

Coincidiendo con la celebración de la Cumbre Euromediterránea de Jefes de Estado y de Gobierno en Barcelona, es un buen momento para hacer un balance del camino recorrido por el denominado Proceso de Barcelona, iniciado 10 años atrás.

Es cierto que muchos de los objetivos que se han ido marcando en las 7 conferencias que se han celebrado durante este tiempo han tenido resultados modestos. La inversión directa de los países de la UE hacia los de la ribera Sur ha alcanzado un volumen más bien discreto si lo comparamos con la importancia económica de la región. Por otra parte, el comercio entre los países mediterráneos meridionales sigue en niveles muy bajos. El acuerdo de Agadir es, quizá, el único logro importante a destacar.

En el lado positivo, hay que reconocer que, a pesar de haber tenido un entorno marcado por múltiples conflictos, la Asociación Euromediterránea ha sido el único foro donde han convivido durante todo este tiempo árabes e israelíes. Otro logro importante es haber creado un entorno macroeconómico sumamente estable para los países de la ribera Sur.

Mirando hacia el futuro, dos son las cuestiones que, dentro del ámbito económico, destacan de esta Cumbre. En primer lugar, la creación de una Zona Euromediterránea de Libre Comercio prevista para 2010 que integrarán la UE y los 10 PAM. Será de especial interés ver de qué forma esta liberalización va a afectar a los productos agrícolas. La otra cuestión es la creación de un Banco Euromediterráneo de Desarrollo. Todo ello nos conduce, de forma lenta pero inexorable, hacia una progresiva integración entre la UE y los países del Sur y Este del Mediterráneo.

Josep Colomer i Trias  
Presidente de la Cámara de Comercio de Palamós

# Cumbre euromediterránea, diez años después

Aunque la prensa se hizo poco eco de ello, la Cumbre Euromediterránea tuvo también su vertiente económica y empresarial. Ése es, justamente, uno de los grandes méritos del Proceso de Barcelona, el que incluía, aparte de los políticos, a otros agentes de la sociedad civil. Una declaración de intenciones cerró unas jornadas llenas de reflexiones, críticas y propuestas.

Más de 250 representantes de primera fila del sector privado, la banca, los medios de comunicación y el mundo académico de diversos países del Mediterráneo se reunieron los pasados 21 y 22 de noviembre en la Casa Llotja de Mar para analizar las políticas euromediterráneas de los últimos 10 años, evaluar los resultados obtenidos y proyectar nuevos planes de futuro que hagan realidad todas las aspiraciones del Proceso de Barcelona.

**COBEGA: "Invertir en el Magreb es una oportunidad para acelerar el desarrollo de nuestras empresas y, a la vez, ayudar al desarrollo de estos países"**

Con el objetivo de convertir la zona mediterránea en un espacio de paz, estabilidad, prosperidad y seguridad, el Proceso de Barcelona planteó la necesidad de establecer una asociación económica y financiera —aparte de la vinculación social, cultural y humana. De esta voluntad nació la Cumbre Euromediterránea de Líderes Empresariales, un evento organizado por la Cámara de

Barcelona, con la colaboración de ASCAME y Eurochambers, entre otras, evento que está incluido en la agenda EuroMed de la Comisión Europea y cuyos resultados fueron trasladados a la Cumbre Extraordinaria de Jefes de Estado.

Uno de los principales retos planteados en 1995 fue la creación de una zona de libre comercio para el 2010. Pero faltan sólo 5 años para la fecha y la realidad comercial dista enormemente de ese objetivo. El Proceso ha conseguido acercar ambas orillas, es cierto, y así lo admitieron todos los ponentes, pero es igualmente cierto que no se ha conseguido todo lo previsto y que esta cita era el momento perfecto para hacer balance y crítica.

Andre Azoulay, el consejero del rey de Marruecos, Mohammed VI, junto con el presidente de la Generalitat, Pasqual Maragall, y el presidente de la Cámara de Barcelona, Miquel Valls, fueron los encargados de inaugurar las jornadas durante la cena de presentación del día 21. Este último recordó a los asistentes la relevancia y el protagonismo que ha tenido el sector privado en la creación de la zona euromediterránea, mientras que el consejero del reino alauita manifestó su satisfacción por los avances alcanzados en el estrechamiento de las relaciones entre España y su país, mientras que el presidente catalán expresó su

dicha por "esto que hace 10 años era un sueño y ahora se ha convertido en realidad".

La velada, además, permitió a los asistentes intercambiar impresiones sobre el Proceso y que entraran en contacto con representantes de otros países. Pero fue el día 22 el que se dedicó plenamente al debate y la reflexión.

**La mayoría de los ponentes de ambas orillas remarcaron la apremiante necesidad de crear un Banco Euromediterráneo de Desarrollo para estimular la inversión**

#### Momento de balance

Unos y otros ponentes observaron que el vaso estaba medio lleno o medio vacío, según se mirara. Nadie negó que en estos 10 años se hubiera avanzado en la integración de la zona, pero, a la vez, nadie afirmó que se hubieran alcanzado todos los objetivos previstos.

Quedó muy claro que la entrada de 10 nuevos países en la UE ha disparado la alarma en los países del Sur del Mediterráneo. No están del todo satis-



El presidente de la Cámara, Miquel Valls, leyó la declaración aprobada en la Cumbre durante la clausura de las jornadas

fechos con las ayudas recibidas y, además, cuando han visto las sumas de dinero que empezarán a conseguir los países de Europa del Este, en tanto que vecinos del Sur, han empezado a pedir ser tratados con los mismos favores.

Varios conferenciantes animaron a los representantes del sector privado europeo a invertir en los países del Sur: "Estamos en un entorno muy competitivo, los márgenes se están reduciendo y la demanda está estancada; así las cosas, o reducimos el número de empresas o buscamos nuevos mercados; invertir en el Magreb es una oportunidad para acelerar el desarrollo de nuestras empresas y, a la vez, ayudar al desarrollo de estos países", observó Mario Rotllant, consejero delegado de COBEGA, empresa distribuidora de Coca-Cola que ha logrado sus mayores tasas de crecimiento gracias a las inversiones en países africanos.

Pero los empresarios europeos no lo tienen fácil para invertir en la zona. Por ello, una de las constantes que fue repetida por la mayoría de los ponentes de ambas orillas fue la apremiante necesidad de crear un Banco Euromediterráneo de desarrollo, una entidad que debe venir a suplir las carencias del Fondo MEDA y finalmente estimular

las inversiones europeas en la ribera Sur del Mare Nostrum.

#### Un intercambio comercial insuficiente

Y si las inversiones son todavía pocas, el aumento de los intercambios comerciales entre ambas orillas tampoco ha sido satisfactorio para la mayoría de los agentes. Carlos Losada, director general de ESADE, señaló que "los buenos intercambios se realizan entre economías similares y que, por lo tanto, las de-

**"El sector privado ha sido pionero y protagonista en la creación de la zona euromediterránea", afirmó Miquel Valls**

sigualdades entre Norte y Sur están entorpeciendo el comercio".

Jean Paul Lehman, profesor de Economía en el IMD, junto con el director de ESADE, lamentó el proteccionismo de los países europeos "que dicen entender a los del Sur, pero no eliminan las barreras comerciales". El académico y consultor empresarial dijo

que sólo se conseguiría aprovechar las complementariedades de la zona y fortalecer las relaciones si se reducía el proteccionismo; y, además, añadió que para ello era necesario recuperar el liderazgo político perdido en Europa.

Pero no sólo se les puso deberes a los países de la UE, varios conferenciantes subrayaron las asignaturas suspendidas de los Estados del Sur: una es la educación, dado que éste debe ser uno de los pilares fundamentales para el desarrollo de sus economías; otra es la democratización de los sistemas políticos y el cuestionamiento de que la *sharia* deba entrometerse en cuestiones económicas o de negocios; en tercer lugar, resulta muy importante la integración de los países del Sur entre sí —puesto que las inversiones de las empresas europeas cobran sentido si pueden trabajar en los países del Sur como si de un mercado único se tratara—; también se puso énfasis en la necesidad de crear pymes, de ampliar su proporción en el tejido empresarial, y, en términos generales, de la necesidad de crear un ambiente favorable al desarrollo, esto es, transparencia, fiabilidad, potenciación de las actitudes emprendedoras, etc.

Sira Abenoza

# declaración de barcelona

La cumbre de líderes empresariales acabó con un documento en el que queda muy claro el interés mutuo desde las 2 orillas del Mediterráneo por conseguir unas relaciones comerciales que vayan más allá de las lógicas de la propia vecindad. A continuación se recoge un extracto de lo acordado en la Ciudad Condal.

Los participantes en la *Cumbre Euromediterránea de Líderes Empresariales*, declaran como necesario:

**1. Aumentar la implicación del sector privado en el diseño de las políticas para su desarrollo.** Resulta necesaria una participación del sector privado en las políticas para su desarrollo claro y activo, que se acepte el mundo de la empresa como un actor clave y no un simple ejecutor. El sector privado constituye el elemento fundamental del crecimiento económico, de la creación de empleo y desarrollo social en la región euromediterránea. Vanguardista del Proceso de Barcelona, a través de la larga y constante tradición de intercambios comerciales entre las 2 orillas del Mediterráneo, el sector privado del área merece el reconocimiento y la implicación necesarios para su desarrollo. Además, el papel activo del sector privado y de las asociaciones empresariales que lo representan, debe ser ampliado, entre otros, por el aumento de proyectos horizontales y regionales con un valor renovado mayor del 15 % de los programas MEDA y por la reactivación del programa MedInvest.

**2. Apoyar al sector privado en la región mediterránea, en particular promocionar su desarrollo en los países asociados.** Para transformar la asociación euromediterránea en una zona competitiva en el mercado global, es fundamental reconocer al sector privado como motor de crecimiento económico y elemento indispensable para la integración económica de la región. Por eso se hacen urgentes y necesarias las políticas efectivas de apoyo, en particular en los países asociados, facilitando marcos transparentes promocionando las inversiones directas, domésticas o extranjeras. Se debe impulsar el espíritu emprendedor de los jóvenes empresarios y los poderes públicos deben poner a su disposición instrumentos eficaces para su crecimiento. En este contexto, la integración económica Sur-Sur es una condición indispensable como base de la Zona de Libre Comercio.

**3. Apoyar y mejorar el entorno de las pymes en la zona**

**mediterránea: facilitar su acceso a la financiación, a las nuevas tecnologías y al conocimiento.** Las pymes constituyen más del 90 % de las empresas en el área euromediterránea, pero son las que encuentran más dificultades y sufren una más alta "mortalidad", especialmente en los países asociados. Por eso, es necesario dibujar políticas, programas e iniciativas específicas de apoyo a las microempresas, pequeñas y medianas empresas, teniendo en cuenta que son y serán el motor del crecimiento económico de la región, además de crear empleo e impulsar una verdadera integración económica en la zona euromediterránea que se reflejará positivamente en paz, democracia, seguridad y prosperidad: los pilares del Proceso de Barcelona.

**4. Mejorar el entorno financiero de la región mediterránea:**

- Crear un **marco fiscal-legal unificado y transparente** en la zona.
- Aplicar **reformas de las instituciones bancarias y financieras de los países asociados.**
- Crear un **Banco de Desarrollo Euromediterráneo**, similar a los existentes en otras zonas (BAD, BID BERD...), como un instrumento financiero clave para la integración económica regional, fundado sobre una iniciativa mixta de colaboración de **capitales públicos y privados**, que facilite la financiación de las pymes, fondos de capital inversión y riesgo e impulse la inversión directa extranjera y doméstica en la región. Una institución financiera que fomente el comercio exterior de los países asociados y armonice las políticas monetarias y de cambio; un banco mediterráneo que promueva las relaciones y el diálogo económico Sur-Sur y facilite su integración con los sistemas europeos, aumentando así la competitividad de la región mediterránea en el mercado global.

**5. Impulsar programas de formación continua y de Investigación+Desarrollo.** La formación continua y el I+D se presentan cada vez más como herramientas importantes para garantizar el desarrollo y la expansión de las empresas en general, y de las pymes en particular. Promover programas especializados y a la medida, impulsados por el sector



privado, fruto de una colaboración entre la universidad y las empresas, es necesario para alcanzar los objetivos deseados.

**6. Aumentar la competitividad de la región euromediterránea frente a la competencia de otras zonas económicas:**

- **Liberalizar el mercado de bienes y servicios en la región euromediterránea.** Para impulsar un crecimiento económico sostenible y una integración regional real, se considera necesaria una mayor liberalización de los mercados de servicios, del sector energético, de los productos pesqueros y agrícolas; este último acompañado por políticas que aseguren también un nuevo desarrollo rural.

- **Aplicar una serie de reformas económicas y estructurales** en los países asociados, con vista a fomentar y apoyar al sector privado, la competitividad y el comercio exterior, atrayendo las inversiones directas extranjeras y promoviendo las domésticas, transformando las remesas en inversiones productivas, y todo a partir de un diálogo económico más activo.

- **Los sectores emergentes del Mediterráneo deben tener una mayor capacidad para presentarse ante los inversores.**

Los sectores de **telecomunicaciones, agroalimentario y, sobre todo, el turismo** pueden ser promotores del crecimiento económico y de un desarrollo sostenible en la región. Así, es necesario apoyar estos sectores difundiendo confianza entre los inversores privados y promoviendo un marco legislativo/reglamentario en el campo comercial y en el campo medioambiental que sea unificado, simplificado y claro.

- **La aplicación en la zona del Protocolo paneuromediterráneo sobre las reglas de origen** es un paso decisivo para el establecimiento de la Zona de Libre Comercio.

- **Invertir en infraestructuras y promocionar la transferencia de nuevas tecnologías, know how y best practice.** Para una verdadera competitividad del área mediterránea, resulta indispensable invertir en infraestructuras en la región, impulsando, en particular, los sectores de:

· **Transportes:** concretar los nuevos proyectos como el Túnel del Gibraltar y las autopistas del mar, mejorando las infraestructuras portuarias.

· **Energía:** ésta debe convertirse en un elemento de competitividad para las economías del Mediterráneo, en particular para los sectores derivados de la energía (electricidad, gas, etc.).

- Asegurar **políticas medioambientales y sostenibles**, así como medidas de apoyo a las empresas. Prevenir la contaminación es una necesidad que supone un coste añadido notable, por lo cual las empresas necesitan ayudas y financiación.

- Es indispensable la difusión de las **nuevas tecnologías, know how y best practice**, la promoción de la **innovación**, así como la promoción de la **formación** y de la **información** y la eliminación de la brecha digital entre las dos orillas del Mediterráneo.

**7. Apoyar programas de promoción de las mujeres empresarias y emprendedoras en la vida económica de los países mediterráneos**, en particular en los asociados, dibujando políticas específicas con su participación para soportar y dinamizar su emergencia y consolidación.

**8. Crear un espacio económico regional integrado es necesario y urgente;** la integración Sur-Sur es indispensable para la conclusión de los acuerdos de asociación, ya que su ausencia frena el desarrollo de la zona y erosiona sus posibilidades, la apertura de las fronteras, los intercambios comerciales. Aumentar el volumen del mercado para atraer inversores extranjeros es importante, como la creación de programas impulsados, ideados y realizados por el sector privado y fondos de ayuda para acciones regionales que permitan mejorar esta situación y asegurar la obtención de progresos en este campo.

**9. Asignar recursos para un programa MEDA 3** además de los asignados bajo la política de vecindad; este proyecto aún debería ser impulsado, ideado y realizado por el sector privado, y enfocado a programas regionales más verticales, con particular énfasis en los instrumentos de éxito puestos en práctica en otras regiones, como MedInvest, partenariados, empresas, etc.

# una orilla que parece un abismo

El problema de celebrar una cumbre, la de jefes de Estado y de Gobierno, como la que ha tenido lugar en Barcelona el mes pasado es que genera unas expectativas que raramente se cumplen. Y eso, a veces, causa frustración.

El dilema del Mediterráneo es universal. Bien podría resumirse en el título de aquella mítica serie televisiva: *Hombre rico, hombre pobre*. En pocos sitios del mundo esa diferencia es tan clara como en las 2 orillas del Mare Nostrum. Lo que empezó hace 10 años en la Ciudad Condal como un serio intento de promover un acercamiento entre el Norte y el Sur se ha quedado a medio camino por múltiples razones. Desde la lentitud en las reformas políticas y económicas de los países árabes, pasando por el emponzoñamiento del conflicto palestino y acabando por una Europa que se ocupa y preocupa del Sur de manera cíclica pero inconstante: cuando una turba asalta las fortificadas fronteras de Ceuta y Melilla o cuando se habla de la amenaza islamista.

Pero esa Europa, ensimismada en su supuesta grandeza y autocomplaciente con sus desgarros internos, que mira con cierto recelo al Sur, suele hacerse la remolona a la hora de apostar los fondos necesarios para dinamizar un Sur que languidece año tras año. Y el Norte de África, no lo olvidemos, es, para bien y para mal, una de las fronteras naturales de España y Catalunya. De ahí el enorme interés que existe por estos lares

para que el Sur levante cabeza.

Pero la realidad es tozuda: mientras una década atrás, la renta media era de 10 a 1 a favor del Norte; ahora, esa diferencia ha crecido 5 puntos, hasta un escandaloso 15-1. Y eso se debe a múltiples razones. Los estudios elaborados estos últimos años por Naciones Unidas ponen de manifiesto las deficiencias en

**Los que hace tiempo pusieron sus ojos en el Sur son los empresarios, que han entendido mejor que nadie la importancia económica, social y política de acercar ambas orillas**

materia de libertades, de igualdad entre mujeres y hombres y la lamentable situación de la educación y la formación en dichos países. No es extraño, pues, que a pesar de que el mundo árabe representa alrededor de un 5 % de la población mundial, produzca tan sólo un 1,1 % de los libros que se editan en

el mundo, la mayoría de los cuales nada tienen que ver con las ciencias o el conocimiento científico. Y el problema no es que no se produzcan obras científicas, es que tampoco se traducen. Sólo en España se traducen más títulos que en los 22 países árabes.

Pero hay más. Otro de los grandes males de la región es la indiferencia entre los propios países árabes. El enfrentamiento secular entre diferentes regímenes provoca que estén más obsesionados por acercar posiciones con el club europeo que arreglar sus diferencias con los países vecinos. De hecho, sólo el Acuerdo de Agadir (firmado por Marruecos, Túnez, Egipto y Jordania) supone un avance al proponer la convergencia comercial de tales países. Pero muchos son los retos a superar, como la rivalidad entre Argel y Rabat fruto del contencioso por el Sahara o la debilidad del régimen sirio, la inestabilidad libanesa, la bomba de relojería que sigue siendo Palestina o las dificultades para democratizar unos regímenes anclados en el pasado. Eso sí, sin la ayuda europea esa (imprescindible) transformación será mucho más complicada. A España y Catalunya, les va mucho en ello.

P. C.

## Más información

Los interesados en este tema, además de los últimos informes del PNUD sobre el mundo árabe, tienen a su disposición numerosas publicaciones recientes como por ejemplo:



Vanguardia Dossier



Economía Exterior



Med. 2005  
Anuario del IEMED  
y la Fundació CIDOB



La Asociación Euromediterránea  
una década después  
Informe elaborado por FRIDE y el Instituto Elcano

## Nuevo fondo de financiación

El Instituto de Crédito Oficial, el Institut de Català de Finances y el Banco Europeo de Inversiones han diseñado un fondo de capital riesgo para la región Mediterránea del Magreb que estará dotado con un capital inicial de 45 MEUR, aunque se espera que los recursos disponibles se sitúen entre 60 y 100 MEUR. El objetivo: promover y participar en proyectos de empresas españolas que se desarrollen en Argelia, Marruecos, Túnez y eventualmente Libia. La creación de este fondo para el

Mediterráneo contará con una aportación inicial de 15 MEUR por parte de cada institución, que constituirán el núcleo básico del fondo, a los que se sumará otra participación entre 3 y 5 MEUR de la Compañía Española de Financiación del Desarrollo (COFIDES). Asimismo, está previsto que la estructura del fondo se complete con la participación adicional de instituciones financieras y empresas privadas. Un primer y modesto paso en la dirección correcta.

## El Mediterráneo: un gran potencial económico por descubrir

Las empresas catalanas comienzan a considerar de forma importante los mercados emergentes del Mediterráneo, a pesar de que aún queda mucho potencial por descubrir. En la ribera Sur del Mediterráneo viven 250 millones de personas en unos países que están inmersos en importantes procesos de transformación, tanto económica como jurídica y políticamente. Dada la proximidad de estas sociedades a la Unión Europea, a lo largo de los años se ha desarrollado una relación casi estructural entre las dos orillas, en términos sociales y económicos. Es este hecho el que comienzan a entender los empresarios catalanes descubriendo las posibilidades que les ofrecen los nuevos procesos de privatizaciones, las nuevas leyes de atracción de inversiones, las reducciones arancelarias de ciertos sectores o los excedentes financieros que ofrecen los altos precios de recursos energéticos.

De hecho, Catalunya y España tienen en el Mediterráneo dos de sus principales socios comerciales, especialmente importantes si consideramos que no pertenecen a la UE: Turquía y Marruecos.

Si bien es cierto que existe un gran interés político en el desarrollo de esta zona -de hecho el Proceso Euromediterráneo pretende conseguir la estabilidad de la región mediante su desarrollo económico y humano-, no lo es menos que el sector empresarial no ha sabido aprovechar todo el potencial que estos mercados pueden ofrecer.

En esta línea de creciente implicación estratégica, la UE desarrolló hace unos años una serie de instrumentos financieros para atraer el interés de las empresas a la zona. Los más importantes, desde el punto de vista empresarial, son los fondos MEDA y FEMIP, gestionado este último a través del Banco Europeo de Inversiones (que está funcionando de facto como un banco de desarrollo regional con el establecimiento de oficinas propias en Marruecos, Túnez y Egipto).

No obstante, las empresas, especialmente las pymes, no han acabado de utilizar estos fondos con la intensidad que sería deseable, ya que en estos momentos existe un excedente de recursos respecto a su demanda. Es en este sentido que existen importantes recursos financieros para ayudar a las empresas europeas en sus proyectos económicos en el Mediterráneo.

El último de tales instrumentos financieros en crearse ha sido un fondo de capital riesgo, fruto de la reciente Cumbre del Proceso Euromediterráneo del pasado mes, de 45 MEUR, participado a partes iguales por el Institut Català de Finances (ICF), el Instituto de Crédito Oficial (ICO) y el Banco Europeo de Inversiones, para ayudar a empresas europeas en sus proyectos de implantación en la zona del Magreb.

El interés en algunos de estos importantes mercados, especialmente Turquía, Marruecos, Egipto y Argelia, se halla en la posibilidad de penetración mediante la colaboración con socios locales más allá de la propia exportación. Empresas de sectores como el textil, turismo, alimentación, medio ambiente, logística, automoción o construcción ya han encontrado importantes y crecientes oportunidades de negocio a través de este tipo de cooperación económica.

El objetivo de los gobiernos del Mediterráneo es el establecimiento de una zona de libre comercio para 2010. Es muy poco probable que el objetivo pueda conseguirse en este plazo de tiempo, dada la disparidad de las posiciones de salida de los diferentes mercados de la zona. No obstante, lo más importante es la predisposición de estos países por afrontar los esfuerzos necesarios en esta dirección más allá de las fechas fijadas. Así, países como Turquía, Egipto, Marruecos o incluso Argelia están llevando a cabo una serie de reformas que los están convirtiendo en importantes mercados emergentes. Esto es debido tanto a su importante mercado interior, más de 72 millones en los 2 primeros casos y unos 32 en los casos de Marruecos y Argelia, como al esfuerzo inversor de sus gobiernos, las reformas macroeconómicas iniciadas y el aval que les están suponiendo los apoyos financieros y políticos de los organismos multilaterales, como la OCDE o la OMC, así como los principales actores económicos de la zona, la UE y EEUU.

El COPCA dispone actualmente de 3 Centros de Promoción de Negocios (CPN) que dan apoyo y asesoran a la empresa catalana en sus actuaciones en los mercados del Mediterráneo. Estas 3 oficinas están situadas en Casablanca, El Cairo y Estambul.

Javier Al Barracín

Responsable Mediterráneo y Oriente Medio del COPCA

## premis cambra 2005, la fiesta anual del bages

**Manresa.** La quinta edición de los Premis Cambra ya tiene ganadores. Estos premios tienen como objetivo reconocer la actividad empresarial llevada a cabo por las empresas, personas o instituciones de la demarcación que contribuyen a la mejora de la competitividad del país a través de la internacionalización, la innovación, la originalidad, la calidad, el diseño o el uso de las nuevas tecnologías de la información. Por lo que se refiere a la categoría de la internacionalización, la que

nos interesa en esta publicación, la galardonada fue Productes Tarragó, que en su larga trayectoria ya está presente en 40 países de los 5 continentes y ha abierto oficina comercial en los EEUU. La apertura de nuevos mercados vino acompañada en los años noventa con el desarrollo de una amplia gama de productos de una gran calidad. Está considerada una empresa líder en su sector, el de los productos químicos de limpieza y mantenimiento del calzado.

## manresa debate sobre la internacionalización

**Manresa.** Más de 20 empresas multinacionales de la comarca del Bages debatieron en una Jornada organizada por la Cámara de Manresa el proceso de expansión internacional que están llevando a cabo éstas y otras compañías. El acto formaba parte del centenario que la corporación está celebrando y consiguió reunir a una interesada y amplia audiencia.

Algunas de las empresas multinacionales que participaron son muy conocidas

por el gran público, pero todas tenían algo en común: están instaladas en el exterior de forma permanente y algunas cuentan con plantas en países tan importantes como China. Tras asistir a una conferencia del doctor Pedro Nuño, profesor del IESE, bajo el título "La empresa catalana en el entorno global", se celebró una interesante mesa redonda en la que participaron Manel Perramon, de AUSA; Venanci Pellicer, de Pujol Muntalà; Jaume Caus, de

Fupicsa; Salvador Tous, de Tous, y Joan Ponsa, de Industrias Ponsa. Durante la Jornada se proyectó un audiovisual que recogía las experiencias de estas empresas. El audiovisual se realizó expresamente para esta Jornada con el objetivo de convertirse en testimonio del trabajo de las mencionadas empresas y, a su vez, en estímulo para las que aún no han iniciado este proceso.

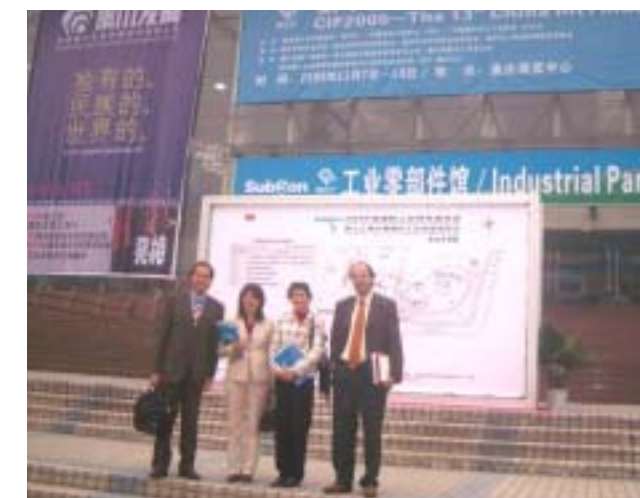


La Cámara de Manresa celebró esta sesión especial sobre la internacionalización con motivo del centenario de la Corporación

## viaje de prospección a china

**Redacción.** Técnicos cameralas de Manresa, Sabadell y Barcelona realizaron el pasado mes una misión de estudio a China para detectar posibles oportunidades de negocio en el sector de la subcontratación industrial. Durante la estancia, además de numerosos contactos y entrevistas, los técnicos tuvieron oportunidad de visitar la feria Subcon 2005 que se celebró en Chongking. De hecho, este viaje se enmarca en el Plan Sectorial de la Subcontratación y hay que recordar que en la página web <www.subcont.net> los interesados pueden encontrar otros estudios ya realizados especialmente de países de la Europa del Este.

De este interesante viaje, los técnicos consideran que es absolutamente necesario que las empresas establezcan "su propia estrategia en relación con China". Por lo que se refiere a las dificultades de implantación, destacan como una barrera importante el factor cultural e idiomático, así como la dificultad para encontrar entidades que sirvan de intermediarias entre las empresas y sus potenciales socios en aquel país. Por último, las cámaras catalanas señalan "la importancia de explorar nuevas zonas industriales de China, alejadas de la



costa, en las que se puede encontrar un tejido industrial menos saturado y con unos costes de producción inferiores".

Más información sobre China en la página 19

## sabadell reclama el cuarto cinturón

**Sabadell.** La Cámara de Sabadell ha enviado una carta a la ministra de Fomento, Magdalena Álvarez, en la que le reclama la construcción de l'Autovía Orbital B-40, más conocida como Cuarto Cinturón. En la misiva, la corporación vallesana hace referencia a la sorprendente decisión del Gobierno español de no incluir en los Presupues-

tos Generales del Estado para el año que viene una partida necesaria para la ejecución del proyecto.

Asimismo, la Cámara que preside Antoni Peñarroya señala que "frenar la ejecución de una infraestructura tan necesaria para el correcto desarrollo económico de nuestra economía puede dar lugar, a corto plazo, a una generali-

zación de la congestión en otras vías de comunicación actualmente en servicio y, especialmente, en la autopista AP-7". Por ello, la Cámara de Sabadell entiende que "la autovía orbital es un proyecto prioritario" y en ese sentido solicita al Gobierno central "una mayor decisión en la ejecución de esta infraestructura".

## girona celebra una nueva edición del sopar de l'exportador

**Girona.** La Cámara de Girona celebró el pasado 25 de noviembre en el Jardí de Calders, en Sant Gregori (Gironès) la XVII edición del Sopar de l'Exportador. Durante el mismo, se hizo entrega del Premio a la Exportación, que en la presente edición recayó en Coopercarn Girona, S.L. de Quart en el apartado de volumen de exportación; Selvafil de Maçanet de la Selva, por el crecimiento exportador, y Casademont de Sant Gregori por su dinamismo exportador.

Este premio, que la Cámara de Girona concede desde 1989, tiene un carácter honorífico y su objetivo es apoyar y alentar oficialmente a las empresas

gerundenses que más se hayan distinguido durante todo el año en su actividad exportadora, con el fin de estimular el comercio internacional, actividad por otra parte que se considera fundamental para la economía de las comarcas de la demarcación cameral.

En su discurso, el presidente de la corporación, Antoni Hostench, reconoció que "las exportaciones gerundenses continúan aumentando a buen ritmo, casi un 18 % en la primera mitad del año, y este crecimiento es muy superior al de Catalunya y del resto del Estado". Por su parte, las importaciones se han incrementado un 7,3 %.

Hostench recordó que la UE sigue sien-

do "nuestro primer comprador y también nuestro primer proveedor", ya que a ella se destina el 88 % de las exportaciones y de ella procede el 83 % de las importaciones. Mientras, el NAFTA es el segundo mercado.

Por otra parte, el presidente de la Cámara alertó de un aspecto que no hay que olvidar: en el último año, "el crecimiento de la economía gerundense se ha basado sobre todo en el aumento de la población, más que en el incremento de la productividad, y eso provoca que Girona pierda posiciones en los rankings que tradicionalmente había encabezado: renta per cápita, tasa de paro, etc."

Fred Halliday, profesor de la London School of Economics

## “el mayor problema de Europa es la falta de autoestima y de imaginación”

Fred Halliday es profesor de Relaciones Internacionales en la London School of Economics, fue director del Centro de Derechos Humanos de esta universidad y colabora, desde hace años, con el CIDOB.

Sus columnas en *La Vanguardia* le han hecho popular en este país y él está encantado de escribirlas, porque es un medio que respeta profundamente. Adora Barcelona y actualmente pasa casi la mitad del año en esta ciudad. No fue nada difícil colarse en su despacho.

**¿Europa languidece ensimismada en su bienestar mientras otras regiones o continentes como Asia se adueñan del futuro?**

Bueno, en ciertos términos, está claro que hay un cambio enorme en el mundo contemporáneo, no sólo desde un punto de vista económico sino también geoestratégico. El peso del interés internacional y de la economía mundial ya no se encuentra en el Atlántico sino en el Pacífico. El ascenso de China y de otras economías de esta región es un cambio enorme con consecuencias estratégicas. Entre ellas, el peso de Europa en el mundo internacional, en la economía y en el empleo. Pero es demasiado fácil decir que tenemos un modelo rancio y viejo y que no debemos protegerlo.

**¿Qué tenemos que decir, entonces?**

En Europa hemos logrado algo que es muy importante y que tiene un valor: es el nivel de bienestar, de los derechos de los trabajadores, de las mujeres, la libertad de expresión... En EEUU hay mucha autocensura y miedo. También tenemos valores políticos que debemos defender, aunque tengamos que cambiar. En segundo lugar, el llamado milagro chino tiene muchos problemas, no tienen cultura del ocio, no tienen derechos en el trabajo, hay tensiones sociales y regionales, hay conflicto entre el cambio muy rápido social y la

falta de cambio político... Eso no puede seguir. Aunque China crece muy rápidamente, hay muchos problemas dentro que un día van a emerger, quizá no a estallar pero sí emerger, y van a frenar su crecimiento.

**¿Y el modelo americano?**

También hay muchas tensiones dentro del modelo norteamericano. Por eso en Europa tenemos que ser realistas pero también estar orgullosos de lo logrado. El peligro más importante no son las exportaciones chinas ni el desprecio norteamericano, es la falta de autoesti-

**“Tengo una idea muy clara de lo que necesitamos en lo político: necesitamos políticos con una visión de justicia y del futuro, no sólo del pasado”**

ma, de confianza en el proyecto europeo y la falta de imaginación, en especial. Porque todo está en los pensadores, en los políticos con sueños, con visiones. Hoy casi no quedan, es todo muy tecnocrático y aburrido.

**¿Entonces, es usted más partidario del modelo alemán que el anglosajón, o me equivoco?**

Yo no me meto en este tema, no soy especialista en jubilaciones, ni subsidios... Tengo una idea muy clara de lo que necesitamos en lo político, que son políticos con una visión de justicia y del futuro, no solo del pasado. Yo puedo hablar de lo que conozco bien, que son la prensa y las universidades, y

ahí no veo un modelo alemán o inglés, veo instituciones que tienen sus valores y que tienen que cambiar; pero no para conformar un modelo uniforme europeo y, sobre todo, no para imitar un modelo chino, ni norteamericano. Las universidades son como los restaurantes, tienen que ofrecer comida de calidad pero diferente. Por eso pienso que las universidades y los periódicos tienen que conservar sus valores y no conformarse con otros. Si tomamos el ejemplo de los periódicos, ningún español ni catalán me cree, pero la calidad de los buenos periódicos de aquí es mucho más alta que en Inglaterra. Por eso me da mucho placer colaborar con *La Vanguardia*. Pienso que si tomamos estos 2 ejemplos, entonces vemos que en un nivel europeo hay cosas que debemos defender y desarrollar, no tomar el modelo norteamericano.

**¿Cree que tanto las universidades como la prensa son un pilar importante para el futuro de la UE?**

Sí, porque para una vida política y cultural fructuosa y rica se necesitan universidades y prensa serias. Porque, si no tenemos discusiones serias en la prensa, ¿cómo va a haber discusiones públicas inteligentes? Además, es también una necesidad para la defensa de la democracia y pienso que hay cosas muy ricas que podemos hacer para mantener la discusión y un nivel de cultura pública a través de los periódicos, la televisión y las universidades. Los intelectuales no somos los reyes del mundo, pero tenemos un papel muy importante. Y hay un papel europeo distinto en este sentido.

**¿Qué papel?**

Europa ya no tiene el peso estratégico

ni económico que tenía antes, y eso no volverá porque la población europea bajará. Pero, aunque haya otras zonas que se desarrollen, eso no significa que no tengamos un papel. Frente a la vida cultural e intelectual de otros continentes, creo que hay mucho que defender en este terreno en Europa y que hay que estar orgullosos.

**¿Nuestro rol en el futuro será, pues, el de la mente?**

Sí, y espiritual. Porque vivimos en un mundo en el que la ciencia y el conocimiento son lo más importante. También los valores. Pero aquí vuelve el problema, el problema no es que China o EEUU suban, sino que a nosotros nos falta imaginación, como ver una nueva Europa. Además falta gente que intente entender otras partes del mundo. Por ejemplo, todo el mundo habla de Turquía, pero ¿cuántos expertos sobre Turquía hay en toda Europa? El debate sobre Turquía es un debate de ignorancia. ¿Cuántos intelectuales europeos han aprendido turco en los últimos 50 años? Yo he conocido 2 ó 3 en toda mi vida. Tenemos que formar gente que conozca el mundo islámico y oriental. Hay responsabilidades que tenemos que cumplir.

**¿Por qué Turquía tiene que entrar en la UE?**

Por muchas razones, pero sobre todo porque el tema más importante e imprescindible para el futuro de Europa serán sus relaciones con el mundo islámico. Por eso tenemos que desarrollar unas relaciones de respeto y de paz e integración con los países de esta zona. No podemos escapar a las consecuencias de lo que está pasando ahí, como vimos en Francia o en Madrid el 11 de marzo. Es una oportunidad enorme de romper una hostilidad y los prejuicios del pasado. Yo conozco Turquía y sé que hay tortura, que hay muchos problemas, pero tenemos que utilizar esta negociación para empujar el proceso de reforma. No podemos construir un muro entre Europa y este mundo. Por eso pienso que la entrada de Turquía es importante. Es una oportunidad para afrontar este problema tan importante para Europa.

**¿Sería entonces una herramienta posi-**



Para Halliday es fundamental para el futuro de Europa no dar la espalda a Turquía

**tiva para mejorar la política de inmigración?**

La inmigración se tiene que solucionar a través de una política muy tradicional que es el *planning*, tenemos que organizarlo desde los 2 lados. Si dejamos la inmigración al libre mercado tendremos más problemas de los que hemos tenido. Eso tienen que saberlo todos los Estados. No soy partidario de abrir las fronteras. Inmigración, sí, pero como parte de un plan económico y social a largo plazo. Algo que no se ha hecho hasta ahora, aunque hay muchas propuestas en ese sentido.

**En esa línea, también hay que aplicar políticas que permitan a las sociedades de los otros países desarrollarse. La política agrícola europea es un elemento decisivo.**

Sí, la política agrícola vigente es algo del pasado, no puede seguir en sus términos contemporáneos. Debemos tener imaginación, tener una idea de dónde va a ir Europa, de cómo vamos a enfrentarnos a este problema entre nosotros y el Oriente Medio, tenemos que pensar cómo podemos romper con el

pasado, eso para mí es el desafío. Una parte de este proceso es promover no sólo el respeto, sino también el conocimiento.

**¿Cree que eventos como la Cumbre Mediterránea contribuyen a dicho conocimiento?**

Bueno, esta Cumbre es un tema bastante complejo. La expectativa de hace 10 años era que iba a promover la prosperidad, la democratización, la paz, pero esto no ha ocurrido. No ha habido democratización y las relaciones económicas siguen siendo muy difíciles: el abismo entre el nivel de vida del Norte y el del Sur aumenta cada año, y los del Sur lo saben. Si el proceso no es una Cumbre de presidentes, de declaraciones faraónicas, de palabras vacías, sino algo donde se trabaja y se dice la verdad, entonces vale. Además, hay otro problema: la democracia. Todo el mundo habla de democracia, pero los países del Sur no la quieren y los del Norte tampoco, porque piensan que van a ganar el poder los islamistas. En realidad, están más contentos de que las cosas sigan como están: con regímenes



laicos, autoritarios, pro occidentales... Eso le interesa a Europa en este momento. Aunque hemos visto cambios. Hace 10 años nadie pensaba que en Turquía un partido islamista llegaría al poder. Con esta gente hay que trabajar, no hay otra opción. En este sentido, Europa, con todas las reservas que quiera, puede interactuar con esta gente. Estamos vinculados a ellos aunque no lo queramos. Podemos dar más sentido al Proceso de Barcelona si no es sólo una cumbre de hombres con corbata que quieren la paz, la seguridad, el Mare Nostrum... Eso es un peligro.

**Pero hay temas trascendentes que tienen que ser abordados.**

Desde luego. Un tema que me preocupa mucho es la censura. En todos los países árabes hay mucha censura. Lo veo personalmente porque mis 6 libros traducidos al árabe están prohibidos en casi todos los países árabes. En la prensa también hay censura. Hay muchos temas que no se pueden discutir, como la corrupción, las finanzas del Estado, las inversiones de los miembros del gobierno, de miembros de la familia real, el trato a las mujeres, a los trabajadores inmigrantes..., muchas cosas que no se pueden discutir. Eso lo observo como académico y como escritor.

**¿Cree que la democratización y el derecho de expresión es condición sine qua non para que Europa y el mundo árabe puedan unirse y trabajar conjuntamente?**

¡Exacto! Por ejemplo, volvamos a mi trabajo, muchas universidades árabes quieren acuerdos de cooperación con universidades europeas, pero no los haremos si no dejan a sus estudiantes escribir lo que quieren. Si ellos mantienen listas de qué libros no pueden estar en la biblioteca, no vamos bien. Ése es

**“Europa deberá desempeñar en el futuro el rol espiritual, de la cultura, los valores y el conocimiento”**

un tema en el que podemos poner énfasis en el proceso. Sin libertad de expresión, la cooperación será difícil. Por eso defender a los intelectuales y escritores es muy importante. Porque cuando no defendemos a uno, entonces los otros cierran la boca.

**¿Puede el islam dejar de ser una traba en ese sentido?**

El islam no es ninguna traba. El islam como religión no impide nada, son los grupos sociales que utilizan y controlan el islam los que son un problema. Los muftís u otros que hacen una interpretación tradicional y autoritaria respecto a las mujeres, los *gays*... Hay varias interpretaciones y las prohibiciones vienen del poder social de los países, éste es el problema.

**Pero, ¿cómo cambiar eso?**

Con la presión de dentro y de fuera. La gente dice: el islam necesita un cambio enorme, pero hay un montón de escritores islámicos que ya escribieron hace 200 años todo lo que queremos los liberales. El problema es que no tienen el peso de influir en la política.

**¿Entonces la presión puede venir de la ONU, de la prensa, de la sociedad civil?**

Sí. Leemos en los periódicos europeos artículos sobre el canal Al Jazeera, pero hasta ahora no he leído ninguno que diga: mira, hay censura en Al Jazeera, está controlado por el Estado, hay influencia de los Hermanos Musulmanes. No se ha hecho ninguna crítica informada sobre lo que pasa en Al Jazeera. Ése es el tema. Pienso que hay muchas cosas que la prensa debería discutir.

**¿Cree en el futuro del multilateralismo?**

El multilateralismo es inevitable. Cuando los Estados tratan de resolver problemas por su propia cuenta respecto a inmigración, terrorismo, medio ambiente..., no lo logran. Cuando EEUU ha tratado de ser unilateral, no lo ha conseguido, ha fracasado. Pero el multilateralismo necesita mucha administración y no puede convertirse en un cártel de Estados que lo controlen todo, tiene que ser algo más abierto.

Sira Abenoza

## la responsabilidad económica del nuevo gobierno alemán



Pere Puig i Bastard  
Catedrático ESADE/URL

La OCDE destaca en su último informe que el conjunto de las economías de la UE ha logrado hacer frente con notable éxito a los ajustes exigidos por la subida de precios del petróleo sin comprometer su estabilidad de precios ni sus niveles de actividad económica internos. Si bien es cierto que la inflación ha aumentado hasta el 2,5 %, el contagio en los precios no energéticos no ha sido importante según se confirma en dicho informe. Es por ello, y por la preocupación existente ante la insegura recuperación económica, por lo que la citada organización se mostraba muy poco partidaria de que el Banco Central Europeo iniciase una inmediata contención monetaria y una elevación del tipo de interés, como los que ya se han producido. Únicamente cuando la recuperación estuviese bien asentada se debería haber iniciado la nueva línea de contención monetaria varias veces anunciada por el BCE.

Una sólida recuperación de las economías centrales de la zona euro, y muy en especial de una economía como la alemana, resultaría sin duda una gran noticia en momentos de una creciente incertidumbre, pese al buen comportamiento de las economías. El hecho es que, tal como nos ha recordado Alan Greenspan, gobernador saliente de la Reserva Federal, nos enfrentamos hoy a un conjunto de importantes amenazas a escala global. Éstas se nos plantean sobre todo debido a una cierta incapacidad de encontrar la salida hacia un ajuste suave de la economía mundial frente al doble déficit norteamericano, y a la rampante reacción proteccionista frente a los sacrificios y amenazas, unas veces reales y otras no tanto, que la globalización plantea a gran parte de las economías mundiales.

Es lógico, por lo tanto, que desde los medios especializados de información, así como desde los centros de decisión europeos, se esté prestando en estos momentos un elevado grado de atención a las perspectivas de recuperación de la economía alemana, una economía enquistada desde hace años en un persistente estancamiento. Ello se traduce, como es lógico, en una serie de interrogantes que se nos plantean sobre cuál puede llegar a ser el rumbo que en realidad va a tomar el nuevo Gobierno de la “gran coalición” liderado por Angela Merkel y cuál su capacidad de reacción política ante los serios cambios y problemas con que hoy se enfrenta la economía alemana.

El hecho es que, a tenor de lo anunciado, podría muy bien ser que el nuevo Gobierno estuviese a punto de cometer un primer error importante de orientación de su política económica, si realmente sigue adelante con el proyecto de imponer

una muy fuerte consolidación presupuestaria. Es de temer que una tal política restrictiva, si es lo intensa que se anuncia, pudiera tener efectos contractivos sobre la demanda nada deseables en estos momentos, dado que entorpecería la urgente y difícil salida hacia unas más elevadas tasas de crecimiento. La desafortunada coincidencia en el tiempo de una política de fuerte consolidación presupuestaria con el endurecimiento ya iniciado de la política monetaria europea puede comportar una severa presión sobre el crecimiento del consumo y de la inversión en Alemania. Conviene recordar que aquella política necesariamente conllevará una nueva reducción de gastos sociales, aumentos impositivos centrados en los tipos del IVA y una reducción de desgravaciones fiscales.

Los indicios existentes de una incipiente recuperación económica no se manifiestan hoy por hoy con unos fundamentos suficientemente sólidos como para que podamos adoptar una visión demasiado optimista sobre la situación alemana. Resulta por lo menos sorprendente, en este sentido, que ni el nuevo ministro de Finanzas entrante ni la propia canciller Angela Merkel, hayan creído necesario situar hoy la ya anunciada política de fuertes recortes presupuestarios en el marco de un programa económico más amplio dirigido a hacer avanzar las reformas pendientes y a estimular el crecimiento y la competitividad real del conjunto de la economía. Es necesario insistir una vez más que un programa mínimo de este tipo debería incluir reformas estructurales no necesariamente populares, tales como la desregulación de los servicios y los mercados financieros, una mayor flexibilización de los mercados de trabajo, la reducción de ciertas prestaciones sociales y la reducción generalizada de los costes de transacción en la economía, todo ello acompañado por algunos intentos importantes de inyectar una mayor competencia en los mercados financieros y de servicios.

Para no terminar con una visión pesimista en exceso, digamos que del gran potencial de recursos, experiencia y habilidades de que dispone el conjunto de la economía alemana y gran parte de sus trabajadores y empresas, es posible esperar una reacción importante que nos ofrezca esperanzas, más allá de los compromisos y concesiones políticas que quizá hoy vayan a ser inevitables. Alemania puede y debe acabar recuperando, una vez realizadas con realismo las reformas necesarias de su modelo social y aceptados también unos esfuerzos y sacrificios que de hecho ya han empezado, el papel que sin duda le corresponde de primera fuerza innovadora y competitiva de Europa.

# el futuro de la industria

El creciente número de deslocalizaciones del sector industrial ha puesto encima de la mesa el interrogante sobre el futuro de la industria en Catalunya. Una de las sesiones de las Jornadas de Col·legi d'Economistes de este año se dedicó a desentrañar esta incógnita planteando cuáles deben ser los retos del mañana.

“La cuestión no es si en Catalunya tendremos industria o servicios en el futuro, ese debate no nos lleva a ninguna parte”, afirmó Jordi Gual, subdirector de “la Caixa” y profesor del IESE, “el tema es pensar qué tipo de industria o qué tipo de servicios tendremos”.

Jordi Gual, junto con el profesor de la Universidad Internacional de Catalunya (UIC) Francesc Cabana, admitió que la economía global le está quitando el sitio a la industria manufacturera de países como España, pero puso énfasis en que se trata “sólo de la industria manufacturera, no de la industria en general”. Y, frente a las opiniones contrapuestas de los que, por un lado, dicen que este proceso no es preocupante porque hay otros medios de generación de riqueza, y los que, por el otro, lanzan alarmas porque piensan que es el sector clave de las sociedades avanzadas —ya que sostienen que los progresos tecnológicos vienen precisamente de la industria—, el profesor del IESE planteó un nuevo punto de vista: hoy el valor se genera en el mundo de las ideas, no de los productos.

Según él, lo más importante es crear un ambiente estimulante en el que se cultiven buenos jugadores capaces de generar ideas por las cuales los consumidores estén dispuestos a pagar mucho dinero. Su discurso, como el de Francesc Cabana, fue considerablemente optimista; los 2 académicos coincidieron al afirmar que “todos los procesos de cambio se han realizado con éxito en Catalunya, derivando siempre en modernización y competitividad”. Gual dio 2 ejemplos de ello, “la apertura a la competencia ha mejorado nuestra industria, y la inversión extranjera ha traído tecnología al país”.

Pero el directivo de “la Caixa” es muy crítico con las políticas económicas que se están siguiendo; su planteamiento, lejos del que tiene el Gobierno, es favorable a la meritocracia y señala la necesidad de disminuir el intervencionismo y el diri-

gismo políticos: “La mejor política industrial es la que no existe, hay que dejar vía libre a los economistas”.

Para empezar, el profesor del IESE recordó que es importante mejorar la productividad, puesto que en los últimos 4 años ha crecido menos que antes, y una de las vías para hacerlo es invirtiendo en sectores más productivos, como han hecho Francia o EEUU.

Otro factor relevante es la mejora del sistema educativo, un ámbito en el que, según Gual, “no parece que haya voluntad política para remediar sus debilidades, puesto que prima más la igualdad que la excelencia”. Y, cómo no, la inversión en I+D, pero subrayando un planteamiento interesante que normalmente queda desatendido: “Lo importante no es tanto el aumento del porcentaje del PIB que se destine a investigación, sino la asignación de recursos que se haga; hay que eliminar las políticas de subvenciones para todos y empezar a dar dinero a los buenos, a los que las merecen; hay que desburocratizar los procesos de asignación de recursos”.

En referencia también a la flexibilización de procesos, el profesor de la UIC recordó que “la mayor parte del tejido empresarial está formado por empresas familiares, con los inconvenientes que conllevan este tipo de estructuras” y sugirió que para ganar competitividad sería necesaria “la creación de 2 ó 3 grandes empresas que tuvieran verdadera flexibilidad a todos niveles”.

### Un largo proceso

“Pero la industria no se hace ni se deshace en 2 días”, tal y como apuntó César Molins, director general de AMES, empresa industrial catalana líder en su sector, “lo que hay que hacer es preguntarnos dónde estamos, qué queremos y cómo lo queremos”.

El directivo planteó la situación de manera muy clara y esque-

**“La creación de 2 ó 3 grandes empresas que tuvieran verdadera flexibilidad a todos los niveles mejoraría la competitividad de Catalunya”, según Francesc Cabana**



Los ponentes coincidieron en afirmar que la pregunta pertinente no es si habrá industria, sino qué tipo de industria tendrá Catalunya

mática: consumo es sinónimo de bienestar, pero para consumir tenemos que generar riqueza. Luego, ¿qué queremos generar?, la respuesta es valor añadido, y, para conseguirlo, hay que optimizar recursos.

En tanto que representante y firme defensor del sector industrial, César Molins no pudo sino destacar la relevancia de esta parte de la economía como clave para el futuro del bienestar: “La industria da el máximo de valor añadido; por un lado, es el principal cliente de los servicios, y, por el otro, es mucho más difícil de deslocalizar que el sector terciario, porque necesita toda una serie de infraestructuras muy complejas que no se organizan de un día al otro”.

Puso el ejemplo de su empresa: “A nosotros nos cuesta inter-

nacionalizarnos porque es muy difícil encontrar países que cuenten con los servicios auxiliares que precisamos; en la selección de un destino para invertir son muchos los factores relevantes: los salarios, los clientes, las infraestructuras, la Administración, la cultura industrial, la industria auxiliar...”.

En ese sentido, Catalunya tiene muchas ventajas respecto de otros competidores, lo que hay que conseguir es “jugar bien y aprovechar nuestras palancas”, recomendó Molins. Unos y otros creen en el futuro del sector. Aunque creen también firmemente en la necesidad de reformas para alcanzarlo.

**Según Jordi Gual, “hoy el valor se genera en el mundo de las ideas, no de los productos”.**

S. A.

**Asesoramiento Integral a Empresa y Residencial**

- Servicios Corporativos
- Research
- Arquitectura
- Ingeniería
- Urbanismo y Gestión de Suelo
- Interiorismo y Diseño
- Project Management
- Construcción Management
- Facilities Management



- Oficinas
- Locales Comerciales
- Industrial y Logística
- Residencial
- Inversión
- Hoteles
- Gestión y Administración de Patrimonios Inmobiliarios
- Consultoría Inmobiliaria y Valoraciones

**Le ayudamos a conseguir sus objetivos**

**www.jordaguasch.es - Barcelona. T. +34 93 215 95 95 - Madrid. T. +34 91 417 58 48**

## los emiratos más cerca de catalunya

**Barcelona.** El nuevo embajador de los Emiratos Árabes Unidos en España, el sultán Al Qortasi Al Noaimi, visitó Barcelona por primera vez y durante el primer contacto con la realidad catalana tuvo oportunidad de entrevistarse con el presidente del Consell General de Cambres de Catalunya y de la Cámara de Barcelona, Miquel Valls.

Durante la reunión, Valls destacó la importancia creciente de las relaciones bilaterales con los Emiratos y por ello anunció, de cara al próximo año, la realización de diversas acciones dirigidas a la zona del Golfo, como muestra de la apuesta estratégica que desde la corporación barcelonesa se ha hecho por esta región del mundo.

No hay que olvidar que Catalunya es, con diferencia, el primer socio comercial de la región por lo que a las comunidades autónomas españolas se refiere.

Por su parte, el embajador agradeció el esfuerzo que la Cámara de Barcelona está llevando a cabo para profundizar



El presidente Valls acompañado por el embajador de los Emiratos Árabes Unidos, sultán Al Qortasi Al Noaimi

y dinamizar las relaciones entre los 2 países e hizo un llamamiento para reforzar esta fructífera relación. Así, ofreció la total colaboración de la

Embajada en el empeño. Por último, el encuentro finalizó con el acuerdo para elaborar un plan de acciones conjuntas.

## éxito de la setmana de la internacionalització

**Barcelona.** El pasado mes de noviembre el COPCA celebró una nueva edición de la Setmana de la Internacionalització. En poco tiempo, estas jornadas se han convertido en un punto de encuentro obligado para el sector exportador catalán. Se trata de 3 días en los que comparten espacio empresarios ávidos de información, empresas de servicios, consultorías, enti-

dades financieras y técnicos, tanto del COPCA, camerales, así como de otras organizaciones empresariales, que se dan cita en esta cada vez más obligada cita anual.

De hecho, las Cámaras catalanas organizaron en su *stand* un seminario sobre nuevos productos de internacionalización en el que se presentó el Pla d'Acció Internacional 2006.



## pere vicens, nombrado miembro del comité ejecutivo de la cci

**Barcelona.** El Consejo Mundial de la Cámara de Comercio Internacional (CCI) nombró recientemente a Pere Vicens miembro del Comité Ejecutivo de la CCI y vicepresidente de la Federación Mundial de Cámaras de Comercio. Vicens es miembro del Pleno de la Cámara de Barcelona y presidente de la Comisión de Cultura, Industrias Culturales y Propiedad Intelectual de la corporación barcelonesa.

La CCI es la organización mundial de empresas que preside el empresario europeo Marcus Wallenberg. Fundada en 1919 una vez finalizada la Primera Guerra Mundial a iniciativa de empresarios franceses, suecos y estadounidenses convencidos de que la mejor manera de garantizar la paz mundial era incrementando los intercambios comerciales entre empresas de países, culturas y lenguas diferentes, la CCI no sólo

representa al mundo empresarial, sino que también desarrolla herramientas prácticas que facilitan los intercambios comerciales, caso de los archiconocidos incoterms. Otros servicios que ofrece son la Corte Internacional de Arbitraje, el centro de Londres contra el crimen comercial internacional o el centro de Kuala Lumpur contra la piratería.

## china, perspectivas de futuro estables

Casa Asia organizó hace unas semanas una jornada en la que se abordó qué iba a ser de China en 2006. No hay que olvidar que el dragón asiático empieza a condicionar la marcha de la economía mundial de muchas maneras: por la presión que ejerce en el precio de algunas materias primas, por la capacidad de atracción de inversión extranjera o por la creciente competencia de sus productos, con unos precios realmente competitivos, en el mercado mundial.

En cualquier caso, los expertos que tuvieron la oportunidad de ilustrar a una concurrencia de audiencia, no plantearon grandes cambios en la marcha de la economía china para el próximo ejercicio. El profesor Alfred Pastor señaló que la fotografía de 2006 se parecerá bastante a la de 2005. De entrada, reconoció que si bien hace unos meses se decía que la economía china corría el riesgo de recalentarse, lo cierto es que los últimos datos apuntan a una cierta ralentización, aunque muy ligera, porque los índices de crecimiento siguen a ojos de los europeos en unos niveles cuando menos sorprendentes.

Y esa leve moderación en el crecimiento ha venido de la mano de una serie de medidas administrativas como la introducción de un pequeño cambio en el valor de la moneda. Esa leve apreciación, en opinión de Pastor, "es un primer paso hacia un cambio más flexible". El profesor del IESE también centró parte de su análisis en los conflictos comerciales que estallaron en los últimos meses y quiso llamar la atención en que, en realidad, "a pesar de que se le ha dado mucho bombo, en realidad no

eran más que una fiera competencia entre las propias empresas occidentales". Y avisó a navegantes de que el próximo paso será "el de la competencia de las empresas chinas que traigan aquí sus productos".

Por último, Pastor apuntó los retos que tienen ya planteados las autoridades chinas. Los resumió en tres. A saber: la creciente conflictividad social por el aumento de las desigualdades, la liberalización del sistema financiero y las incógnitas que ello plantea y, por último, la construcción del Estado de Bienestar tal y como sucedió en su día en España, que pasó de un bienestar exclusivo de los que tenían trabajo a otro, universal y gratuito, financiado a través de un sistema impositivo justo y solidario.

Por su parte, Jan Borgonjon, presidente de InterChina Consulting, coincidió con Pastor en que las cosas no van a cambiar debido, en parte, a la "eficiencia del Gobierno chino", como se ha demostrado en la búsqueda de nuevas fuentes de energía. Para 2006, Borgonjon considera que el yuan se apreciará, a lo sumo, otro 5 % y que para ir bien las cosas el consumo debería tomar el relevo a la inversión como motor de crecimiento, "cosa que no sucede hoy por hoy". Para este consultor, éste va a ser el gran impacto que se avecina en la economía mundial: el día que la clase media china adquiera una capacidad de consumo homologable a Occidente nada volverá a ser igual.

Pero Borgonjon también apuntó otras ideas interesantes. Por ejemplo, señaló que las empresas que vayan a China han

de asumir el problema de las copias, que aún sigue habiendo evidentes ventajas en los costes y que cada vez hay mayor rotación en los puestos de dirección y una inflación en el apartado de recursos humanos por la rifa constante entre empresas por hacerse con los profesionales mejor preparados.

Albert Collado, de Garrigues Abogados y Asesores Tributarios, señaló que "es un marco, el actual, que no da seguridad jurídica, pero eso el Estado chino lo sabe y está trabajando para poner remedio a la situación". Además, los compromisos internacionales de China, como su pertenencia a la OMC, son la mejor garantía de que se avanzará en esa línea.

Como punto final a la sesión, 2 empresas mostraron sus experiencias empresariales. Oscar Sunyer, director financiero de Auric Pool, apuntó que la deslocalización industrial permite a su empresa llegar en buenas condiciones a los 5 continentes, lo que le supone un evidente ahorro de costes y, además, la posibilidad de conseguir suministros más baratos. Mientras, Ramon Ceravalls, director general de Celso, señaló de manera muy gráfica que "no vamos a China, nos empujan a ir", en tanto en cuanto algunas de las multinacionales a las que Celso prestaba servicio se trasladaban a China. Ceravalls también aconsejó a los presentes que, en caso de iniciar una aventura semejante, tuviesen "determinación y paciencia ante los constantes imprevistos" que se producen. Y puso como ejemplo la expropiación parcial que sufrieron a los 15 días de hacerse con un terreno para construir la nueva sede el grupo.

# la subcontratación industrial, un modelo de futuro

La subcontratación industrial es un modelo empresarial de presente y futuro para Catalunya. Una fórmula que implica a casi todos los sectores productivos y que resulta óptima para ganar competitividad. Pero la ampliación de la UE exige una redefinición del mercado industrial, así como del lugar de la empresa catalana.



El último Encuentro Europeo de Subcontratación Industrial incorporó como novedad una serie de talleres y seminarios para que los agentes del sector comentaran la situación, los retos y las oportunidades de la subcontratación industrial. La ampliación de la UE hacia el Este ha puesto en bandeja nuevos proveedores industriales que, tradicionalmente, eran los clientes de las empresas catalanas. Las industrias francesa y alemana tienen ahora un mercado amplísimo donde encontrar nuevos proveedores; países como Polonia, República Checa, Hungría, Eslovaquia y Turquía constituyen un polo de atracción industrial muy potente, atendiendo al tamaño de sus mercados, los bajos costes laborales, la larga tradición industrial y las futuras ayudas de la UE. Aun así, y a pesar de la amenaza a un sector tan importante como el automovilístico, Catalunya y España disponen de una red industrial suficientemente potente y competitiva como para no temer por su desaparición. La evolución cíclica y la transformación del sector no deben tomarse como su fin. La industria no se hace ni se deshace en un día y, tanto los sectores tradicionales de la industria subcontratista –metal, electrónica y plástico–, como los sectores más

nuevos –aeronáutico–, se están adaptando a la nueva realidad industrial para hacer frente a la competencia de los países del Este y China por la vía de las estrategias de producción que favorecen la innovación, la calidad y el servicio por encima del precio. Aunque la industria española tiene todavía una presencia muy reducida en los países del Este, en el futuro los sectores poco competitivos por costes tenderán cada vez más a trasladar sus centros productivos a estos países. Los índices de subcontratación industrial son muy importantes en los sectores de la automoción y de la electrónica, y éstos, a su vez, potencian la subcontratación en otros sectores y una internacionalización de las empresas que no es sinónimo de deslocalización sino de multilocalización.

### Estrategias para el futuro

Los talleres y seminarios sirvieron para concretar un conjunto de medidas necesarias para garantizar la futura competitividad de la industria subcontratista española. En cuanto a las empresas, se recomendó: Incrementar la dimensión de la empresa para poder hacer frente a la competencia internacional.

### convocatoria exitosa

En los V Encuentros Europeos de Subcontratación Industrial participaron 22 empresas extranjeras con proyectos de cooperación, de ellas, por primera vez, empresas búlgaras y rumanas, y más de 50 empresas subcontratistas españolas, la mitad catalanas.

- Potenciar la innovación y los instrumentos de las administraciones al alcance de las empresas.
- Especialización y diferenciación en la producción.
- Competitividad más allá de los precios.
- Externalización de servicios y centrarse en los puntos clave de la empresa.
- Implantarse en estos países si es necesario para mantener la relación comercial con el contratista.
- Importancia de localizar buenos socios en un nivel local.
- Diversificación de los sectores (por ejemplo, empresas que han venido trabajando para el sector de la automoción ahora pueden hacerlo para el aeronáutico).

También se le pusieron deberes a la Administración: impulsar políticas industriales activas con medidas sectoriales y de tipo horizontal respecto a temas como la innovación, la formación, el fomento de alianzas estratégicas... Especialmente la formación se subrayó como tema clave, con la necesidad de potenciar la formación profesional para dar prestigio al trabajo industrial y conseguir buenos técnicos para las empresas.

# a la Conquista del otro gigante asiático

Se habla tanto de China que se suele olvidar muchas veces que en Asia hay otro país de dimensiones semejantes y que, con una base de crecimiento completamente diferente a la desarrollada por el Gran Dragón, presenta numerosas oportunidades comerciales. Y ese país es la India.

Así quedó demostrado en el reciente *business bridge* que organizó la Cámara de Barcelona a ese país hace unas semanas y de la que dimos cumplida cuenta en el *Noticieri* el pasado mes. Por eso, y porque la presencia española y catalana allí es minúscula, por no decir insignificante, el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio acaba de presentar el llamado Plan India, con el bienintencionado propósito de multiplicar exponencialmente las cifras de comercio bilateral y, especialmente, la presencia de empresas hispanas en el subcontinente indio.

De ahí que éstos sean los objetivos del Plan: aumentar la cuota de mercado más allá del 0,5 %, así como las 40 empresas españolas allí instaladas, además de captar una parte de los más de 4 millones de turistas indios, con alto poder adquisitivo, que visitan Europa y

no pasan por España. También, aunque este aspecto no tenga una relación directa con el mundo del comercio, estrechar los lazos con un país que tiene “un creciente papel político en el contexto internacional”, según se recoge en el Plan.

### La Administración se ha comprometido a inaugurar una nueva Oficina Económica y Comercial en Bombay en los próximos meses

Es evidente, tal y como se constató a la hora de abordar la elaboración de este proyecto, que en España el número de personas con conocimientos profundos

de la compleja realidad india es muy reducido, por eso no es de extrañar que las empresas hayan sido hasta la fecha tan esquivas con ese enorme mercado. Falta tradición, conocimiento y experiencias empresariales de éxito que sirvan de enganche y ejemplo a otras empresas.

En cualquier caso, la Administración ha reaccionado y se ha comprometido a inaugurar una nueva Oficina Económica y Comercial en Bombay, así como una Oficina de Turismo (en 2008), un Consulado y una delegación del Instituto Cervantes en esa misma ciudad.

Por lo que a las oportunidades de negocio se refiere, el Plan recoge las muchas posibilidades existentes en un país tan grande como la India. Apunten: sector alimentario, productos y servicios hospitalarios y electrónica y comunicaciones. En los apartados de la inversión: sector eléctrico, aviación civil, infraestructuras como el ferrocarril o las carreteras, componentes de automoción y maquinaria eléctrica. Por último, por lo que a los servicios se refiere, las mejores oportunidades según los responsables del Ministerio se presentan en la ingeniería, la construcción, las telecomunicaciones, el turismo y, por supuesto, las tecnologías de la información. Para desarrollar esta hercúlea tarea de potenciar la presencia hispana en este descomunal mercado, el presente Plan está dotado con una financiación de 20,7 MEUR.

Pelayo Corella

Más información, Agenda en página 24.



Fuente: Claves de la economía mundial 2005

# un informe cameral define el patrón exportador catalán



La Cámara de Comercio de Barcelona ha elaborado un estudio que, bajo el título *Cambios en el patrón exportador catalán de mercancías durante el período 1985-2004*, analiza la evolución de un sector, el de la exportación, que ha cambiado mucho desde que España entró en la CEE, allá por 1986. Uno de los objetivos del estudio era detectar qué productos y mercados han demostrado mayor dinamismo y cuáles presentan mejores perspectivas de futuro. El estudio se ha realizado según la información de 18 sectores industriales y 99 capítulos aduaneros.

Desde aquel año mágico de 1986, el informe reconoce que el comercio exterior catalán ha experimentado “un crecimiento espectacular”, que se ha visto reflejado en una tendencia ascendente de la cuota catalana en la exportación mundial ininterrumpida durante el período 1985-1998. Con posterioridad, y coincidiendo con la llegada del euro, la cuota catalana se ha estabilizado en torno al 0,54 %.

Si tomamos como base de estudio la tasa de cobertura, esto es, el porcentaje que representan las exportaciones sobre las importaciones, ésta ha mostrado una tendencia a la baja. Así, en 2004 la tasa de cobertura exterior catalana acumulaba una caída de 13 puntos en 7 años, situándose en el 64,8 %, el nivel más bajo desde 1993. Con esos datos, el trabajo de la Cámara concluye que todo parece indicar “que desde el ingreso en la zona euro se está debilitando nuestra posición competitiva en los mercados mundiales, y sobre todo en los mercados no europeos, donde la presencia de nuevos competidores se está intensificando y presiona más los precios a la baja”.

## Dos fases

El período analizado en el estudio (1985-2004) se puede dividir en 2 etapas claramente diferenciadas, en las que los

cambios del patrón exportador catalán fueron de diferente intensidad y dirección.

**La primera etapa (1985-1995)** se caracterizó, desde un enfoque geográfico, por un incremento muy intenso de la participación de la UE-15 en la exportación catalana –de 17 puntos–, en detrimento del resto del mundo; y desde el punto de vista sectorial, por un aumento de la concentración de las exportaciones, de manera que los primeros 6 capítulos arancelarios pasaron de representar el 37,6 % en 1985 al 53,9 % 10 años después, debido, especialmente, al aumento del peso del capítulo de vehículos automóviles y de máquinas y aparatos eléctricos.

**La segunda etapa (1995-2004)** se caracterizó por pocos cambios en la distribución geográfica de las exportaciones, con un peso bastante estable de los mercados europeos. Por contra, desde el punto de vista sectorial, los cambios del patrón exportador continuaron. Así, desde 1995 se observa una pérdida de peso exportador de los capítulos y sectores más importantes (vehículos automóviles, máquinas y aparatos eléctricos, mecánicos y sus componentes), que ha sido paralela a una pérdida de competitividad exterior. El informe destaca especialmente el caso de los vehículos automóviles, “que son el quinto capítulo que más ha visto empeorar su ventaja comparativa en la exportación”. Por contra, se detecta “una mejora competitiva de otros capítulos, como los productos farmacéuticos y las materias plásticas. Destaca especialmente el caso de los productos farmacéuticos, que además de ser el capítulo que más peso ha ganado en la exportación, es el séptimo capítulo que más ha mejorado su ventaja comercial comparativa durante los últimos 9 años.

En definitiva, el análisis de las variaciones en la distribución de las exportaciones catalanas permite afirmar a los responsables de este estudio que:

**No se puede hablar de un cambio en el patrón geográfico de las exportaciones**, y más desde que se consagró el Mercado Único europeo.

**Sí ha habido cambios del patrón exportador desde el punto de vista sectorial**, que se reflejan en las variaciones de la capacidad competitiva en los mercados internacionales.

## Las claves de futuro

Ante este panorama, la Cámara de Barcelona concluye que las líneas directrices que deberían guiar la política de promoción exterior de Catalunya, son las siguientes:

**Diversificar hacia los mercados con más potencial de crecimiento.** La tendencia hacia la concentración creciente de las exportaciones catalanas en los mercados europeos desarrollados, y menos dinámicos, contrasta con el elevado dinamismo importador de los nuevos países miembros de la UE o de otros mercados, como China o EEUU, donde la presencia catalana es aún muy baja. Este hecho justifica que se intensifiquen las acciones de promoción en estos mercados con mayor potencial de crecimiento.

**Potenciar la exportación de productos de fuerte demanda.** Las actuaciones de promoción exportadora han de dar apoyo a aquellos segmentos de producción que tengan una

demanda más dinámica y que muestren más capacidad de mejora de su posición competitiva, como por ejemplo, los productos farmacéuticos o los materiales plásticos.

**Impulsar la competitividad-precio.** La pérdida de competitividad global que muestra la exportación catalana los últimos años, y sobre todo en los productos en que la economía catalana está más especializada –como la del automóvil o la maquinaria eléctrica–, requiere complementar las acciones directas de promoción exterior con reformas estructurales que contribuyan al funcionamiento más eficiente de los mercados y, en consecuencia, al control de los costes de producción, con tal de favorecer una mejora de la competitividad-precio general de la exportación.

**Reforzar la internacionalización de las empresas catalanas.** Con medidas que contribuyan, por una parte, a potenciar la presencia en el exterior de estructuras comerciales y logísticas permanentes, para que aseguren y estabilicen la presencia de los productos en los países de destino y hagan menos vulnerables las exportaciones a factores coyunturales; y, por otra parte, a impulsar procesos de multilocalización industrial, en la medida que pueden contribuir a unos menores costes de producción.

**Estimular la creación y consolidación de marcas globales de origen catalán.** Como factor de arrastre del resto de exportadores, como contribución a la imagen de país y como factor de aumento del valor añadido de nuestros productos.

	PESO SOBRE EL TOTAL (EN %)			VARIACIÓN EN PUNTOS		
	1985	1995	2004	85-04	85-95	95-04
Importaciones energéticas	7,2	1,3	1,7	-5,5	-5,9	0,4
Importaciones no energéticas	92,7	98,7	98,3	5,6	6,0	-0,4
Alimentación, bebidas y tabaco	11,9	9,6	10,5	-1,4	-2,4	0,9
Productos minerales	1,6	0,5	0,2	-1,4	-1,1	-0,3
Química	11,8	10,6	15,0	3,2	-1,2	4,4
Caucho y materias plásticas	7,0	8,0	8,6	1,5	0,9	0,6
Pieles, cueros y confección de pieles	3,7	2,1	1,1	-2,6	-1,6	-1,0
Madera, corcho y muebles	1,2	0,8	0,8	-0,5	-0,4	-0,1
Papel, artes gráficas y edición	4,7	4,0	3,5	-1,2	-0,7	-0,5
Textiles	12,6	8,4	7,2	-5,4	-4,2	-1,2
Calzado	0,3	0,2	0,1	-0,2	-0,1	-0,1
Productos metálicos	8,2	4,7	5,3	-2,9	-3,4	0,5
Cerámica, vidrio y otros prod.miner. no metal.	2,2	1,9	1,8	-0,5	-0,3	-0,2
Maquinaria	14,1	21,9	19,0	4,9	7,8	-2,9
Mecánica	8,5	10,9	8,4	-0,1	2,3	-2,5
Eléctrica y electrónica	5,6	11,1	10,6	5,0	5,5	-0,5
Material de transporte	10,1	20,7	20,0	9,8	10,6	-0,8
Terrestre	9,9	20,6	19,5	9,6	10,7	-1,1
Otro material de transporte	0,2	0,2	0,4	0,2	-0,1	0,3
Material de precisión y óptica	1,1	1,2	1,5	0,4	0,1	0,3
Otros	2,0	4,1	3,8	1,7	2,0	-0,3
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>

Fuente: Elaboración propia de la Cámara de Barcelona a partir de los datos de la Dirección General de Aduanas.

PROMOCIÓN

Misiones

**MISIÓN INVERSA: ARGELIA** **14 Y 15 DE FEBRERO**  
 Cámara: Lleida  
 Sector: Fruta  
 Contacto: Jordi Quejido  
 jquejido@cambrescat.es

**NIGERIA, GHANA, BENÍN, CAMERÚN** **FEBRERO**  
 Cámara: Tarragona, Barcelona  
 Sector: Multisectorial  
 Contacto: Robert Barros  
 rbarros@cambrescat.es

**BUSINESS BRIDGE CHINA** **DEL 18 AL 25 DE FEBRERO**  
 Cámara: Barcelona  
 Sector: Multisectorial  
 Contacto: Marta Taléns  
 mtalens@mail.cambrabcn.es

**COLOMBIA, VENEZUELA** **DEL 19 AL 25 DE FEBRERO**  
 Cámara: Terrassa  
 Sector: Multisectorial  
 Contacto: Maria Guardia  
 mguardia@cambraterrassa.es

**PARTENARIADO REP. CHECA, ESLOVAQUIA** **MARZO**  
 Cámara: Barcelona  
 Sector: Multisectorial  
 Contacto: Marta Amorós  
 mamoros@mail.cambrabcn.es

**MISIÓN INVERSA: EEUU, CANADÁ, SINGAPUR** **DEL 6 AL 10 DE MARZO**  
 Cámara: Barcelona  
 Sector: Importadores de productos *gourmet*  
 Contacto: Eva Perea  
 eperea@mail.cambrabcn.es

**POLONIA, UCRANIA** **DEL 12 AL 17 DE MARZO**  
 Cámara: Terrassa  
 Sector: Multisectorial  
 Contacto: Maria Guardia  
 mguardia@cambraterrassa.es

**FINLANDIA, RUSIA, ESTONIA** **DEL 27 DE MARZO AL 1 DE ABRIL**  
 Cámara: Tortosa  
 Sector: Multisectorial  
 Contacto: Pilar Bellaubí  
 pbellaubi@cambrescat.es

**BUSINESS BRIDGE CHINA** **MAYO**  
 Cámara: Barcelona  
 Sector: Químico, farmacéutico  
 Contacto: Marta Taléns  
 mtalens@mail.cambrabcn.es

FORMACIÓN

Seminarios

**MEJORA PARA LA GESTIÓN DE OPERACIONES INTERNACIONALES** **DEL 17 AL 31 DE ENERO**  
 Lugar: Cámara de Reus  
 Contacto: Sonia Sas  
 exteriorcambrareus@cambrescat.es

**CHINO DE NEGOCIOS. NIVEL ELEMENTAL I** **DEL 9 DE ENERO AL 17 DE JULIO**  
 Lugar: Cámara de Sabadell  
 Contacto: Susagna Olcina  
 solcina@cambrasabadell.org

**BUSINESS ENGLISH WORKSHOP** **DEL 16 DE ENERO AL 15 DE FEBRERO**  
 Lugar: Cámara de Sabadell  
 Contacto: Marta Carbonell  
 mcarbonell@cambrasabadell.org

**GESTIÓN ADMINISTRATIVA DEL COMERCIO INTERNACIONAL** **DEL 19 DE ENERO AL 6 DE ABRIL**  
 Lugar: Cámara de Sabadell  
 Contacto: Marta Fernández  
 mafernandez@cambrasabadell.org

**CONTRATACIÓN EN LA COMPRA VENTA INTERNACIONAL** **23 ENERO A 1 DE FEBRERO**  
 Lugar: Cámara de Terrassa  
 Contacto: Susanna Picazo / Lucía Carmona  
 formacio@cambraterrassa.es

Jornadas

**CEI IRÁN: PERSPECTIVAS DE FUTURO** **20 DE DICIEMBRE**  
 Lugar: Cámara de Barcelona  
 Contacto: Paola Cobos  
 pcobos@mail.cambrabcn.es

**GESTIÓN ADUANERA Y FISCAL DEL COMERCIO EXTERIOR** **17, 18 Y 19 DE ENERO**  
 Lugar: Cámara de Sabadell  
 Contacto: Marta Carbonell  
 mcarbonell@cambrasabadell.org

**DESAYUNO: RECURSOS HUMANOS Y EXPORTACIÓN** **18 DE ENERO**  
 Lugar: Cámara de Barcelona  
 Contacto: Marc Prat  
 mprat@mail.cambrabcn.es

**CÓMO CONOCER QUÉ ESTÁ HACIENDO LA COMPETENCIA SIN MOVERSE DE LA OFICINA** **24 DE ENERO**  
 Lugar: Cámara de Sabadell  
 Contacto: Susagna Olcina  
 solcina@cambrasabadell.org

**EL EXPERTO RESPONDE: EL IVA INTRACOMUNITARIO** **26 DE ENERO**  
 Lugar: Cámara de Barcelona  
 Contacto: Paola Cobos  
 pcobos@mail.cambrabcn.es

plan india

Tal y comentábamos en páginas anteriores, el Gobierno español acaba de presentar un plan para abordar el mercado indio. Las relaciones económicas, hasta la fecha, han dejado mucho que desear. De ahí la necesidad de aumentar las relaciones bilaterales. En este contexto, las Cámaras catalanas han previsto de cara al próximo ejercicio las siguientes acciones:

- Misión directa a la India (plurisectorial)  
**FEBRERO-MARZO SABADELL**

- Misión directa a la India y Singapur (plurisectorial)  
**MARZO TARRAGONA**

- Visita feria Ambiente India (para compradores)  
**9-12 ABRIL SABADELL**

- Misión directa de compradores a la India (bienes industriales intermedios)  
**MAYO BARCELONA**

- Visita feria Analytica (para compradores)  
**25-27 NOVIEMBRE SABADELL**

- Puente empresarial a India (Tecnológico y audiovisual)  
**DICIEMBRE BARCELONA**



Consell General de Cambres de Catalunya

paic 2006

Y en el próximo número del *Noticiari*, el Pla d'Acció Internacional 2006, en el que se podrán encontrar todas las acciones de formación y promoción diseñadas por las 13 Cámaras catalanas.

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

Los resultados de la Cumbre

[www.euromedbarcelona.org](http://www.euromedbarcelona.org)

Ya hemos hablado largo y tendido en este número sobre la doble cumbre que se celebró a finales del mes pasado en la capital catalana: la empresarial y la de presidentes y jefes de Estado del área mediterránea. En esta web, la oficial, podéis encontrar en inglés los 2 documentos aprobados: el código de conducta ante el fenómeno del terrorismo y el plan de trabajo a 5 años vista.



Una visión diferente

[www.arabnews.com](http://www.arabnews.com)

[www.aljazeera.net](http://www.aljazeera.net)

El fenómeno del reciente paso de manifiesto que la visión occidental no es la única y que en el mundo árabe las cosas se ven y se entienden de otro modo. Estos 2 medios son buena muestra de ello. Por una parte, un diario saudí; por la otra, la archiconocida televisión vía satélite qatari.

La economía en línea

[www.coleconomistes.com](http://www.coleconomistes.com)

En este mismo número del *Nòrdic* nos hemos ocupado de una cita que se ha convertido en un punto de encuentro de los muchos economistas que hay en Catalunya y de otra mucha gente preocupada por la marcha del país. Esta es la página web oficial del Col·legi d'Economistes, y en la misma podreu encontrar estudis i anàlisis interessants para los más fervientes seguidores de esta materia.



latinoamérica 2006

Todo va bien. Los países de Latinoamérica se han convertido en los principales receptores de capital internacional en los últimos meses. Según Universia Knowledge@Wharton, la zona "disfruta de una de las mejores coyunturas en el entorno internacional". El PIB creció un 5,8 % en 2004; este año alcanzará el 4,1 % y el que viene, se prevé cercano al 4 %. Este escenario tan favorable tiene que ver con los bajos tipos generales, con el aumento del precio de las materias primas (petróleo, cobre y oro, a la cabeza) y con la menor prima de riesgo de las economías latinas. Gracias a estas condiciones, Latinoamérica ha sido capaz de ponerse a la cabeza de la atracción de capitales. Todo va bien, pero sobre todo para la inversión internacional. Una excesiva euforia en la zona de cara al año que viene podría dar al traste con los importantes logros alcanzados gracias a este dinero caliente -puestos de trabajo, reducción de los índices de pobreza, industrialización y servicios modernos, entre otros. No debe olvidarse que de hecho estos

flujos de capital generan especulación, inflación y desindustrialización, y que, en cualquier momento, si emergen otras zonas más rentables, abandonarían el área para encaminarse hacia ellas. Otro aspecto a tener cuenta es que durante los próximos 12 meses se celebrarán elecciones generales en 12 países del área, aunque bien es cierto que en los últimos tiempos triunfa la moderación y el progresismo frente al poder de las oligarquías y los mesianismos. Dos anotaciones. La primera Latinoamérica sigue siendo un espacio económico interesante para la inversión no sólo de las grandes empresas españolas que se desembarcaron en la década de los noventa, sino también para las pymes. Segunda: la zona se está convirtiendo en un mercado mucho más sustancioso hacia el que dirigir no sólo libros y tecnologías, sino cualquier otro producto o servicio, tanto a los grandes países como a los medianos y pequeños.

Josep-Francesc Valls

INFORMACIÓN COPCA

AGENDA DE LA INTERNACIONALIZACIÓN

SESIÓ DE FORMACIÓ

Saló d'Uruguai-Segle XXI

DATA: Divendres, 3 de març de 2006

LLOC: Fira de Carnella

POBLACIÓ: Carnella de l'Hobregat

ORGANITZA: Fira de Carnella

Els dies 3, 4 i 5 de març de 2006 Fira de Carnella acull la primera edició del Saló d'Uruguai-Segle XXI Meeting Point. L'esdeveniment es configura com un veritable exponent de les enormes possibilitats en termes d'inversió en els sectors productius del país. El saló té com a objectiu de convertir-se en forum de trobada i centre de negocis on intercanviar idees i projectes entre empreses i entitats que es donin cita al recinte firal procedents d'Uruguai i d'Espanya, especialment de Catalunya, on obrint l'espai també a altres països de l'entorn europeu que vulguin ser presents en l'esdeveniment.

El Saló d'Uruguai suposa un repte per a Carnella de l'Hobregat, com a ciutat ambidorsada, com també per a l'Uruguai, un país que aposta fort per la seva projectió de futur i per obrir-se a nous mercats internacionals. Sense dubte, mostrar tot el que ofereix l'Uruguai en un marc d'espai impulsarà noves vies de negoci que poden abastar tant els representants de l'Uruguai com els empresaris del nostre país, i també de la resta d'Europa. D'altra banda, el visitant hi trobarà la més àmplia varietat de productes i serveis existents en el mercat uruguaià: cuir, marroquineria, vins i

cellers, turisme, tecnologia de la informació, intercanvis universitaris...

Amb la intenció d'aprofundir en el coneixement d'aquest país s'està preparant el seminari "Mecanismes de desenvolupament net a l'Uruguai" per als dies 3 i 4 de novembre de 2006 amb temàtiques diverses com cooperació, energia, metodologia de nous projectes o mercats financers entre molts altres temes. En les jornades, hi participaran ponents destacats representants d'ens públics nacionals i internacionals i empresaris de sectors diferents. També se celebrarà el seminari "Requisits, procediments i normatives per a la importació d'aliments".

SESIÓ DE FORMACIÓ

Curs de formació en comerç i economia internacional

DATA INICI: Dimarts, 5 d'abril de 2005

DATA FINALITZACIÓ: Dijous, 16 de febrer de 2006

ORGANITZA: ESMA Escola Universitaria

Inici del Curs de comerç exterior i màrqueting internacional.

ACCIÓ DE PROMOCIÓ

Pont tecnològic i d'innovació a la Xina

DATA INICI: Dissabte, 18 de febrer de 2006

DATA FINALITZACIÓ: Dissabte, 25 de febrer de 2006

ORGANITZA: Cambra de Comerç de Barcelona i Barcelona Activa

Puede suscribirse al boletín periodizado de la Agenda de la Internacionalización de Catalunya en <http://agenda.copca.com> y recibirá, periódicamente en su correo electrónico, el calendario de los actos relacionados con el comercio exterior de su interés.

Edición:



Difusión controlada por:



Consejo de redacción:  
Pilar Bellaubí, Jaume Bercial, Narcís Bosch, Palmira Cabañero, Josep Maria Cervera, Ramon Clivillé, 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  
Media Europa, S.L.  
Tel. 93 284 89 11 / Fax 93 284 81 92  
[informatiu@cambrascat.es](mailto:informatiu@cambrascat.es)

Diseño e impresión  
Gráficas 94, S.L.

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

Depósito Legal  
2277-1972

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

[www.cambrascat.es](http://www.cambrascat.es)

Cambra de Comerç de Barcelona

Av. Diagonal, 452 - 454  
08006 Barcelona  
Tel: 902 448 448  
Fax: 934 169 400  
C/e: [ecollvinent@mail.cambrabcn.es](mailto:ecollvinent@mail.cambrabcn.es)  
[www.cambrabcn.es](http://www.cambrabcn.es)

Cambra de Comerç de Girona

Av. Jaume I, 46  
17001 Girona  
Tel: 972 418 500  
Fax: 972 418 501  
C/e: [ccgpe@cambrascat.es](mailto:ccgpe@cambrascat.es)  
[www.cambra.gi](http://www.cambra.gi)

Cambra de Comerç de Lleida

Anselm Clavé N° 2  
25007 Lleida  
Tel: 973 236 161  
Fax: 973 247 467  
C/e: [jquejido@cambrascat.es](mailto:jquejido@cambrascat.es)  
[www.cambralleida.com](http://www.cambralleida.com)

Cambra de Comerç de Manresa

Plaça Pedregar, 1  
08240 Manresa  
Tel: 938 724 222  
Fax: 938 727 766  
C/e: [jferrer@cambrascat.es](mailto:jferrer@cambrascat.es)  
[www.cambramanresa.com](http://www.cambramanresa.com)

Cambra de Comerç de Palamós

Plaça de la Murada, 1  
17230 Palamós  
Tel: 972 314 077  
Fax: 972 318 810  
C/e: [palamos@cambrascat.es](mailto:palamos@cambrascat.es)  
[www.cambrascat.es/palamos](http://www.cambrascat.es/palamos)

Cambra de Comerç de Reus

Boule, 2  
43201 Reus  
Tel: 977 338 016  
Fax: 977 315 810  
C/e: [exteriorcambrareus@cambrascat.es](mailto:exteriorcambrareus@cambrascat.es)  
[www.cambrareus.org](http://www.cambrareus.org)

Cambra de Comerç de Sabadell

Alfonso XIII, 45  
08202 Sabadell  
Tel: 937 451 255  
Fax: 937 451 256  
C/e: [general@cambrasabadell.org](mailto:general@cambrasabadell.org)  
[www.cambrasabadell.org](http://www.cambrasabadell.org)

Cambra de Comerç de Sant Feliu de Guíxols

Passeig de Mar, 40  
17220 Sant Feliu de Guíxols  
Tel: 972 320 884  
Fax: 970 325 450  
C/e: [stfeliu@cambrascat.es](mailto:stfeliu@cambrascat.es)  
[www.cambrascat.es/stfeliu](http://www.cambrascat.es/stfeliu)

Cambra de Comerç de Tarragona

Av. Pau Casals, 17  
43003 Tarragona  
Tel: 977 219 676  
Fax: 977 240 900  
C/e: [rbarros@cambrascat.es](mailto:rbarros@cambrascat.es)  
[www.cambratgn.com](http://www.cambratgn.com)

Cambra de Comerç de Tàrrrega

Plaça Major, 4  
25300 Tàrrrega  
Tel: 973 314 327  
Fax: 973 314 355  
C/e: [tarrega@cambrascat.es](mailto:tarrega@cambrascat.es)  
[www.cambratarrega.com](http://www.cambratarrega.com)

Cambra de Comerç de Terrassa

Blasco de Garay, 29-49  
08224 Terrassa  
Tel: 937 339 833  
Fax: 937 891 165  
C/e: [terrassa@cambrascat.es](mailto:terrassa@cambrascat.es)  
[www.cambraterrassa.es](http://www.cambraterrassa.es)

Cambra de Comerç de Tortosa

Cervantes, 7  
43500 Tortosa  
Tel: 977 441 537  
Fax: 977 444 370  
C/e: [pbellaubi@cambrascat.es](mailto:pbellaubi@cambrascat.es)  
[www.cambratortosa.com](http://www.cambratortosa.com)

Cambra de Comerç de Valls

Jacint Verdaguer, 1  
43800 Valls  
Tel: 977 600 909  
Fax: 977 606 456  
C/e: [valls@cambrascat.es](mailto:valls@cambrascat.es)  
[www.cambravalls.com](http://www.cambravalls.com)



# La Unió Europea al teu abast

**EIC-COPCA** El centre d'informació empresarial europea

La xarxa d'Euro Info Centres  
de la Comissió Europea

- legislació comunitària
- polítiques europees
- finançament
- licitacions internacionals
- publicacions
- actualitat europea
- cooperació empresarial
- la teva veu a Europa

Més informació a:  
[www.copca.com](http://www.copca.com)  
[eic@copca.com](mailto:eic@copca.com)  
Tel.: 935 524 220



Generalitat de Catalunya  
Departament de Comerç,  
Turisme i Consum