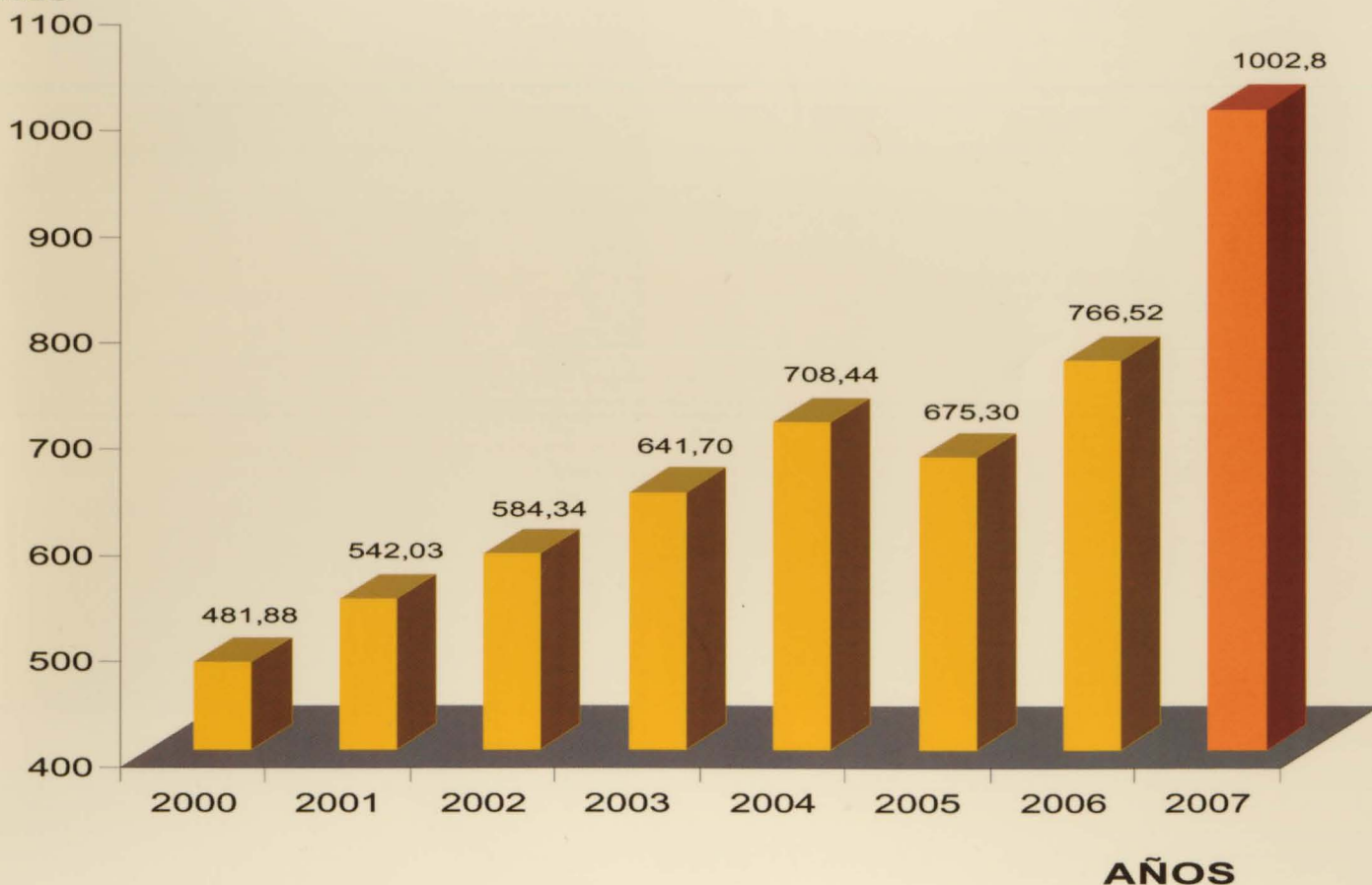


EVOLUCION EXPORTACIONES CIUDAD REAL 2000-2007

DATOS EN
MILLONES DE
EUROS



En 2007 Ciudad Real superó los mil millones de euros en exportaciones, un 30,8% más que en 2006

La Cámara capta compradores para Fenavin y España Original

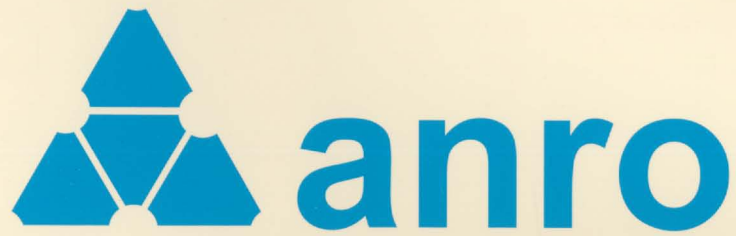


Prowein: la feria más importante para el sector de vinos en centroeuropa

Se presenta estudio sobre las Características del Consumidor de CLM



Vestas: líder mundial en tecnología eólica



TORRE DE CONTROL AEROPUERTO DON QUIJOTE



CENTRO COMERCIAL ALCALÁ MAGNA (MADRID)

Experiencia y Tecnología

- Estructuras Metálicas
- Trasvases de Agua
- Centros Comerciales
- Ingeniería de Detalle

- **Naves Industriales llave en mano**

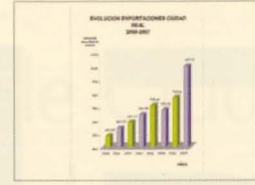
(A partir de 500 m² desde proyecto hasta el acabado final)



www.anro.es
902 50 21 91

Cámara

El volumen de exportación de Ciudad Real supera los mil millones de euros



5

Cámara

La Cámara capta compradores para FENAVIN y España Original 8
Las empresas de la provincia trabajan en los mercados internacionales 11

Cámara

Prowein 2008: la feria más importante para el sector de vinos en centroeuropa



12

Cámara

Plan de Iniciación de Promoción Exterior de Empresas de Ciudad Real 14

CEEI

Red Business Angels "Goban" mejora el acceso a la financiación de las Pymes



16

Cámara

¿Cómo es el consumidor castellano manchego? Estudio sobre sus hábitos 18

Nuestras empresas

Vestas, líder mundial en tecnología eólica, se instala en Daimiel 20

Formación

- El CEEI de Ciudad Real clausura un curso sobre energías renovables.
- CEEI Ciudad Real clausura un curso de consolidación de la empresa familiar en Tomelloso.
- La Cámara forma a empresas agroalimentarias para exportar a EE.UU 22-23

Cámara

La Cámara construye el Vivero de Empresas de Puertollano 24

Colaboración

Colaboración Cámara alemana 28
Colaboración Comex 30
Colaboración CEEI 32

Edita

Cámara de Comercio e Industria de Ciudad Real

Tfno.: 926 274 444

Tirada de 10.000 ejemplares gratuitos para los electores de la Cámara de Comercio e Industria

Presidente

Juan Antonio León Triviño

Redacción y coordinación

Cámara de Comercio de Ciudad Real

Publicidad

J&G Asociados. Camarín, 5. Bajo E 13004 Ciudad Real
Tfno. / Fax: 926 25 66 98

Diseño y maquetación

Cícero Comunicación

Imprime

Lince Artes Gráficas
Polígono Carretera de Carrión Ciudad Real

Depósito legal

CR-999/91

📄 ÉXITO EN LAS EXPORTACIONES. EL PROTAGONISTA, NUESTRAS EMPRESAS

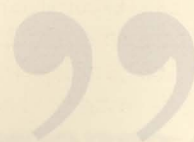
Una vez más hay que decir que Ciudad Real sigue triunfando en lo que a exportación se refiere. El ascenso ha sido vertiginoso: de 150 millones de euros en 1995, se ha pasado a más de 1.000 millones en 2007, es decir, siete veces más. Todo un éxito.

Ciudad Real ocupa ya el 34% de las exportaciones de Castilla-La Mancha. Este valor es consecuencia de la participación de empresas cada vez más competitivas, fuertes y responsables de la creación de miles de puestos de trabajo. Con su capacidad, su apuesta decidida por el futuro y la puesta al día de las empresas, tienen claro que el mercado global, es, ya, una realidad y es ahí donde hay que moverse.

Esta Cámara ya apostó decididamente, en su día, por la creación de un Departamento de Comercio Exterior fuerte, dotado de importantes recursos humanos y económicos, con una clara estrategia internacional. Estábamos convencidos de que ese era el camino a seguir y, a tenor de los resultados, parece que hemos acertado.

Desde 1994 hemos realizado 111 Misiones Comerciales en 65 mercados distintos. Hemos participado en 99 Ferias Internacionales. Se han realizado 44 Presentaciones y exposiciones específicas. Se ha tomado parte en 101 Programas individuales PIPE y Post-PIPE, y hemos ejecutado 104 Acciones de Formación específica sobre Mercados Exteriores... Mucho trabajo que, como se ve, esta dando sus frutos.

Queremos mencionar, también, el importante apoyo de las instituciones colaboradoras. La Diputación Provincial de Ciudad Real y la Junta de Comunidades han apoyado siempre, todos y cada uno de nuestros proyectos y programas; con el protagonista, claro y valga la redundancia, de las empresas ciudadrealeñas. Un trabajo diseñado y desarrollado en común, al que se le ha dedicado mucha ilusión, tiempo y recursos. Los resultados están ahí, a la vista de todo el mundo.



El volumen de exportación de Ciudad Real supera los mil millones de euros

En cuanto al destino se mantienen los tradicionales países dentro de la Unión Europea, principal destinataria de las ventas de nuestras empresas

En 2007, las exportaciones españolas de mercancías han ascendido a 181.478,5 millones de euros, un 6,8% más que en el año 2.006. Esta cifra está en línea con las exportaciones de la UE-27, que crecieron un 6,6% en el año 2.007. Los precios de las exportaciones han crecido un 2,5% en 2007, cifra algo reducida en comparación con otros años.

En este año ningún sector exportador ha registrado descensos respecto a los valores del año anterior en sus ventas exteriores. Se han detectado incrementos en las exportaciones de semi-manufacturas no químicas (13,1% del total) que registraron un aumento del 13,1%, gracias al buen comportamiento del hierro y acero, y los productos químicos (13,1% del total) cuyas exportaciones crecieron un 9,3%. Han destacado también los incrementos en las exportaciones de alimentos (13,7% del total exportado) en un 7,8% y de materias primas (2,0%) en un 7,5%.

Las exportaciones dirigidas a la Unión Europea (70,1% del total) han crecido un 5,5%. Por su parte, las ventas a países de la zona euro (55,98%) lo hicieron un 5,8%. También se han incrementado las exportaciones nacionales a nuestros dos principales clientes Francia y Alemania que aumentaron en un 6,8% y un 5,8% respectivamente.

Las exportaciones en Castilla-La Mancha en el año 2.007 han alcanzado las 3.007,3 millones de euros, cifra histórica de ventas en el exterior y que ha su-



puesto un incremento del 5,5% respecto al 2.006.

A nivel provincial, Ciudad Real tiene la cifra más alta en cuanto al volumen de exportaciones en los 12 últimos meses del año de toda la región. En el 2007 se ha alcanzado una cifra record de 1.002,8 millones de euros, incremento record que supone una subida interanual del 30,8%, siguiendo la tendencia de los meses anteriores.

Podemos observar en el gráfico la tendencia al alza de las cifras de exportaciones de nuestras exportaciones en lo que va de siglo.

En cuanto al destino de las exportaciones de Ciudad Real, se mantienen los tradicionales países dentro de la Unión Europea, principal destinataria de las ventas de nuestras empresas. De hecho, dentro de los 20 primeros países destinos principales de las exportaciones de la provincia, los países de la Unión Europea

ANÁLISIS DE LAS EXPORTACIONES 2006 - 2007

Datos en millones de euros

TOTAL	2007	Variac. 2007-2006
España	181.478,5	6,8 %
CLM	3.007,3	5,5 %
Albacete	628,3	10,7 %
Ciudad Real	1.002,8	30,8 %
Cuenca	134,5	2,7 %
Guadalajara	548,6	-11,6 %
Toledo	693,2	9,5 %

suman casi 695 millones de euros, lo que representa el 69% de las exportaciones totales de la provincia.

Cabe destacar la importancia de nuevos países en esta clasificación como son India con compras por valor de 29,4 millones de euros y también Croacia de las importaciones que ha realizado este país que han alcanzado los 27,6 millones de euros. Las partidas más importadas por estos países fueron productos químicos orgánicos en ambos casos.

En cuanto a las partidas más exportadas, este ha sido un año fundamental en la venta exterior de vinos de nuestra provincia, que sigue la tónica de las exportaciones del resto del país, que tanto en términos de precio como en volumen ha visto como despuntan las ventas en otros países.

Los principales importadores de vino han sido los países tradicionales: Francia, Alemania, Italia, Reino Unido. Destacar el incremento en más de 11 millones de euros de las importaciones de vinos y mostos por parte de Alemania. En cuanto a manufacturas plásticas, los principales destinos por encima de los 20 millones de euros importados han sido, Portugal, Italia y Alemania.

En cuanto a partidas tradicionales de la provincia, el queso ha viajado princi-

palmente con destino a Francia, Estados Unidos, Italia, Portugal y Suiza. Y en términos totales, respecto al 2006 ha incrementado sus exportaciones por más de 4 millones de euros.

Otra partida tradicional es el aceite de oliva, que se ha vendido en otros países en más de 3,3 millones de euros, principalmente a países envasadores de aceite

como son Italia, Francia o Portugal, si bien en los últimos 12 meses también ha aumentado el consumo en Países Bajos y Noruega.

Otra partida que año tras año aumenta su peso sobre el total de las exportaciones de la provincia es la de carnes y sus partes, básicamente se exporta a Portugal que en el 2.007 compró por valor de casi 65 millones de euros.

Desde el año 1994 hasta el pasado año 2007, la Cámara ha realizado numerosas acciones comerciales de apoyo a las empresas de Ciudad Real y Castilla-La Mancha, con un total de 111 Misiones Comerciales en el extranjero, 99 ferias internacionales, 44 exposiciones de productos, y más de 100 seminarios especializados en Comercio Exterior.

Más de 2.000 empresas han participado en las acciones de Promoción de la Cámara de Comercio de Ciudad Real y más de 2.190 empresas se han beneficiado de las acciones formativas en Comer-

RANKING DE EXPORTACIONES DE C.REAL POR PAÍSES

Datos en millones de euros

PAÍS	VALOR
Portugal	169,0
Francia	133,1
Italia	124,3
Alemania	108,3
Reino Unido	44,7
Estados Unidos	39,8
Turquía	33,3
India	29,4
Croacia	27,6
Bélgica	27,3
Suma Subtotal 10 Países	736,8
Resto de Países Destino	266,0

TOTAL EXPORTADO EN 2007

1.002,8

CAPÍTULO	VALOR	% Variac. 06-07
Datos en millones de euros		
Bebidas (excepto zumos)	246,6	14,97 %
Materias plásticas y Manufac.	232,5	14,02 %
Ptos. Químicos Orgánicos	138,0	55,12 %
Aparatos y Mat. Eléctrico	81,5	38,11 %
Carnes y partes	67,9	46,08 %
Conservas Verdura/Fruta	38,5	32,18 %
Quesos y Ptos. Lácteos	27,8	14,28 %
Aceites Vegetales	26,2	12,40 %
Máquinas y Ap. Mecánicos	25,7	29,38 %
Vehículos y partes	13,2	39,62 %
Suma Subtotal 10 sectores	897,9	26,72 %
Resto Partidas Exportadas	104,9	
TOTAL EXPORTADO 2007	1.002,8	30,8%

cio Exterior. Igualmente en este periodo se han contabilizado más de 20.000 consultas de empresas sobre problemáticas en materia de exportación.

Con un presupuesto gastado en el periodo 1994 - 2007 de más de 13 millones de Euros, la Cámara de Comercio de Ciudad Real es actualmente una de las principales instituciones de apoyo a las empresas de nuestra provincia.

La Cámara agradece igualmente a la Excm. Diputación Provincial de Ciudad Real y a la Junta de Castilla-La Mancha por el apoyo financiero que siempre han prestado a la institución y que se ha visto reflejado en un mayor número de acciones de Promoción.

Destacar que desde el año 2001 la Cámara colabora activamente con la Excm. Diputación Provincial de Ciudad Real

en la captación de visitantes profesionales extranjeros en las ferias FENAVIN y ESPAÑA ORIGINAL, donde se han captado más de 1.200 COMPRADORES E IMPORTADORES de otros países.

Desde Cámara de Comercio de Ciudad Real, se ha impulsando igualmente la creación de departamentos de exportación propios y rentables en las más de 100 empresas de Ciudad Real que han formado parte del "Plan Programa de Iniciación en el Comercio Exterior PIPE".

Por todo ello nos sentimos orgullosos del éxito alcanzado por nuestras empresas, los verdaderos protagonistas, al comprobar que en el 2007 las exportaciones de las empresas de la provincia han sobrepasado los 1.000 millones de Euros, consolidándose nuestra provincia nuevamente como la mayor exportadora de Castilla-La Mancha.

La Cámara de Comercio de Ciudad Real va a seguir apostando firmemente por la internacionalización de empresas como elemento clave de crecimiento y competitividad.

Lince
artés gráficas

www.linceartigraficas.com Parque Industrial Avanzado Avda. de Isaac Peral s/n 13005 Ciudad Real Telf.: 926 27 10 84

calidad y eficacia
en artes gráficas



La Cámara capta compradores para FENAVIN y España Original

En cumplimiento de un convenio firmado por el presidente de las ferias, Nemesio de Lara, y por el presidente de la entidad cameral, Juan Antonio León Triviño



Firma del convenio mediante el cual la Diputación aporta 900.000 euros de los ejercicios presupuestarios 2008 y 2009.

La Cámara de Comercio de Ciudad Real atrae a los compradores para España Original 2008, la Feria Nacional de las Denominaciones de Origen 2009 y otras Indicaciones de Calidad, que se celebrará en el pabellón ferial de Ciudad Real del 13 al 15 de mayo, y para FENAVIN en dieciséis y diecisiete países respectivamente, en cumplimiento de un convenio firmado por el presidente de las ferias, Nemesio de Lara, y por el presidente de la entidad cameral, Juan Antonio León Triviño.

El acuerdo, mediante el que la Diputación aporta 900.000 euros en los ejercicios presupuestarios de 2008 y 2009, ha sido suscrito en presencia del coordinador institucional y director de España Ori-

La Cámara de Comercio organizará un programa de compradores extranjeros, procedentes de Alemania, Corea del Sur, Francia, Grecia, Italia, Japón, México, Países Bajos, Países Nórdicos, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, República Dominicana, Singapur, Suiza, Turquía, Brasil y EE.UU.

ginal y FENAVIN, Ángel Amador, y Manuel Juliá, respectivamente, y del director de la Cámara de Comercio, Günther Lorenz.

En concreto, la Cámara de Comercio organizará un programa de compradores extranjeros, procedentes en su mayoría de Alemania, Corea del Sur, Francia, Grecia, Italia, Japón, México, Países Bajos, Países Nórdicos, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, República Dominicana, Singapur, Suiza, Turquía, Brasil y Estados Unidos. Juan Antonio León ha explicado, a este respecto, tras el acto de la firma, que pretenden aportar 310 compradores internacionales a España Original y alrededor de 400 a la Feria Nacional del Vino.



Por placer

SEÑORÍO DE GUADIANEJA GRANDES RESERVAS Y RESERVAS ESPECIALES

Vinícola de Castilla S.A. Tel. 926 64 78 00 Fax. 926 61 04 66 www.vinicoladecastilla.com

Asimismo, León Triviño ha declarado, antes de asegurar que ambas ferias son muy representativas para el desarrollo económico de la provincia, que el objetivo de la Cámara de Comercio es seguir colaborando con la Diputación. Y no ha dudado en agradecer a Nemesio de Lara y a la Corporación Provincial la confianza que depositan en la Cámara, desde donde se acredita una gran experiencia en materia de comercio exterior y "queremos seguir en esta línea".

El presidente de España Original y de FENAVIN, Nemesio de Lara, por su parte, ha valorado muy positivamente la colaboración que suscitan en la Cámara de Comercio, dos ferias que "están muy acrisoladas y cuentan con una gran solidez tanto en España como en el mundo".

León Triviño ha declarado, antes de asegurar que ambas ferias son muy representativas para el desarrollo económico de la provincia, que el objetivo de la Cámara de Comercio es seguir colaborando con la Diputación

Considera De Lara que el hecho de que se esté hablando de traer compradores de numerosos países demuestra que

las ediciones para las que se trabaja darán, como ya ha ocurrido con anterioridad, cifras interesantes de negocio. La colaboración institucional entre la Cámara de Comercio y la Diputación debe seguir adelante porque tiene muy buenos resultados, comentó para asegurar a continuación que si el negocio no fuera real, no se actuaría así.

Concluyó Nemesio de Lara su intervención indicando que la Feria Nacional del Vino y la Feria Nacional de las Denominaciones de Origen y otras Indicaciones de Calidad, son organizadas por la institución provincial para favorecer al sector agroalimentario, a los agricultores y los ganaderos "Hacemos más de lo que se puede hacer a pesar de que no tenemos competencias", dijo.



Las empresas de la provincia trabajan en los mercados internacionales

Misiones Comerciales a: India; Kuwait y Qatar; Johannesburgo, en Sudáfrica; Chile y Brasil y Plovdiv, en Bulgaria

La Cámara de Comercio dentro de su objetivo de destacar el importante papel de los empresarios y la necesidad de internacionalizar el tejido empresarial, ha realizado diferentes misiones comerciales.

En la segunda semana de febrero, del 16 al 23, se coordinó una Misión Comercial Multisectorial a la India. La economía de este país es la cuarta más importante del mundo en términos de paridad de poder adquisitivo, con un PIB de 3,61 billones de dólares. La diversidad de la economía abarca agricultura, artesanía, manufacturas textiles e infinidad de servicios; siendo el primero de los enumerados el sustento de dos tercios de la población ocupada. La economía hindú realiza un férreo control sobre la participación del sector privado, comercio exterior e inversión extranjera, aunque en los últimos años, la India ha abierto su mercado interior a través de reducciones del control del gobierno sobre el comercio exterior y la movilidad del capital.

Prácticamente coincidiendo en las fechas, se realizó otra Misión Comercial Multisectorial a Kuwait y Qatar, del 17 al 21. Kuwait, tras la guerra con Irak, ha sabido potenciar su crecimiento económico basado en grandes inversiones occidentales y en las extraordinarias reservas petrolíferas. Cabe destacar que Kuwait dispone de las mayores reservas de petróleo por habitante del mundo, y que la construcción es igualmente uno de los motores económicos. Qatar es, uno de los países con mayor proyección econó-



mica de la zona de Oriente Medio, gracias a las extraordinarias reservas de petróleo y gas del país. Los beneficios obtenidos por la exportación de las reservas energéticas, se ven reflejados en el crecimiento económico del país, con una renta per cápita similar a la media europea y un crecimiento económico en el año 2006 de un 8,5 %.

En la primera semana de marzo, del 3 al 7, se coordinó otra Misión Comercial Multisectorial, que en este caso, tuvo lugar en la ciudad de Johannesburgo, Sudáfrica. La economía de este país está atravesando un momento óptimo, con control de las variables macroeconómicas y crecimiento real del PIB del 5%. El tamaño, fortaleza y nivel de desarrollo de su economía, convierten a Sudáfrica en la potencia económica y motor de desarrollo de los países de la zona.

Un par de días después, del 5 al 9, los empresarios pudieron viajar al continente americano, concretamente a Chile y Brasil, para la promoción de sus productos. La economía chilena se caracteriza por estar abierta a la exportación. El perfil ex-

portador ha estado compuesto, en los últimos cinco años, por un 45% de carácter industrial, otro 45% de carácter minero y el 10% restante de exportaciones agrícolas, aproximadamente. Actualmente, Chile, es un decidido impulsor de la liberalización económica y, por tanto, del libre comercio. Por otro lado, la economía brasileña destaca por ser la primera de América Latina y la undécima en el ámbito mundial con un PIB en valor nominal de 1.067.000 millones de dólares, en 2006. En la época colonial, el azúcar fue el primer producto que impulsó su economía, en un nuevo ciclo, le siguió el café, momento crucial que transformó a Sao Paulo en la zona más rica del país.

Tanto en esta misión como en las anteriores se organizaron agendas de trabajo en destino, lo que permitió a las empresas participantes, mantener entrevistas personales con importadores y distribuidores interesados.

Terminando el primer trimestre de este año, del 26 al 29 de marzo, se ha coordinado la visita a Vinaria, la Feria del Vino de Bulgaria. Tuvo lugar en Plovdiv, la ciudad más grande del país después de Sofía, con una población de 377.000 habitantes. Es la Feria Internacional de la Viticultura y la Producción del Vino más especializada y con más prestigio del sureste de Europa, ha reunido a expositores de todo el mundo. Se celebró en el recinto ferial más grande la región Balcánica, contando con un área de exposición de 155.000 metros cuadrados y 24 pabellones equipados con las últimas tecnologías.

ProWein 2008: la feria más importante para el sector de vinos y de bebidas alcohólicas en centroeuropa

Este año, el Pabellón Regional de Castilla-La Mancha ha contado con la participación de 26 bodegas, 15 de ellas, procedentes de Ciudad Real

En la ciudad alemana de Düsseldorf ha tenido lugar nuevamente le feria ProWein del 16 al 18 de marzo en horario de 09.00 a 18.00h ininterrumpidamente, se trata de la decimocuarta edición de esta feria monográfica anual.

En ProWein, una de las ferias líder del sector mundial de vinos y espirituosos, convergen, durante tres días, los bodegueros de los 5 continentes y con ellos todas las regiones productoras de los preciados caldos y Dusseldorf se convierte en encrucijada para todos los que se dedican profesionalmente al vino y las delicias culinarias.

Más de 3.000 expositores de unos 40 países presentaron sus caldos y productos, esto es, una oferta completa de vinos, espumosos, aguardientes, whiskys y otras bebidas alcohólicas se dan cita en esta feria, que año tras año se consolida como referente de las ferias monográficas del sector. En esta edición se ocuparon un total de 6 pabellones en el recinto ferial de "Messe Düsseldorf".

En la mejor compañía

Más de 31.000 visitantes profesionales de 51 países acudieron a ProWein en la pasada edición del 2007. Igualmente, en la edición de 2008, los altos ejecutivos de empresas en el sector de la gastronomía, del comercio y la prensa internacional se vieron frente a un amplio espectro de expositores que presentaron sus nuevas creaciones, exponiéndolo al criterio del



Las bodegas contaron con la visita de la Consejera de Agricultura, D^a Mercedes Gómez.

refinado gusto de los expertos, lo cual convierte ProWein en el foro más relevante del sector del vino.

El vino: tema de conversación

Con sus cerca de 200 ponencias y seminarios en torno al tema del vino, presentados por los países productores y regiones de cultivo, y que informaron sobre las tendencias e innovaciones de mayor actualidad, esta feria líder del sector del vino suele ofrecer experiencias novedosas incluso para los gurús en la materia.

En cuanto a la participación de bodegas en el Pabellón Regional de Castilla-La

Mancha, en esta ocasión 26 bodegas de la región se han dado cita en el sexto Pabellón Regional, repartidas en cinco islas que ocupaban más de 300 metros cuadrados junto al pabellón nacional de ICEX, Castilla y León y Mallorca.

Además de las bodegas de nuestro Pabellón Regional también 16 bodegas más de la región estaban presentes, bien con stand propio dentro, con el ICEX o bien en stand del propio importador alemán.

De las 26 bodegas de la región presentes en el Pabellón, el grueso eran empresas de nuestra provincia, un total de 15 empresas de Ciudad Real, entre bode-

gas, cooperativas y pagos, de la provincia de Albacete, 5 bodegas, Toledo aportó 4 empresas y Cuenca con una cooperativa y además de la D. O. Manchuela (que se extiende entre el este de las provincias de Albacete y Cuenca) completaban la participación de bodegas de Castilla-La Mancha en esta edición. Mayoritariamente participaron bodegas con Vinos de la Tierra de Castilla, si bien se pudieron catar también vinos con DO Mancha, DO Valdepeñas y DO Manchuela.

En esta ocasión las bodegas expositoras contaron con la visita, durante el día 17 de marzo, de la Consejera de Agricultura, D^a Mercedes Gómez, y también del Director del IVICAM, D. Alipio Lara, acompañados del Director General de la Cámara de Comercio de Ciudad Real y del Director del IPEX.

Durante todos los días de feria y abierto al público general se pudo a disposición del visitante una zona de catas, que ocupó más de 30 metros cuadrados, con más de 50 vinos para catar, con fichas del producto y ubicación de las bodegas en los stands, que consiguió captar el interés del público visitante.

El mercado alemán del vino es un gran importador de vinos españoles, de hecho en el ranking de países proveedores ocupamos el tercer lugar tanto en volumen como en valor, y en el 2007 hemos incrementado aún más esa cuota de mercado en Alemania.

Castilla-La Mancha exportó vinos a aquel país durante todo el 2007 por valor de 340.653,7 mil euros, de los cuales 108.330,7 mil euros, provenían de nuestra provincia, es decir casi de un tercio del total de lo exportado.

La demanda de vinos de mayor calidad y precio en Alemania ha registrado una tendencia creciente en los últimos años. Además Alemania es un mercado con potencial de crecimiento para las exportaciones de vinos de España por la mejora del conocimiento e imagen de ca-

lidad y por el prestigio que los vinos españoles tienen en el consumidor alemán. El consumo alemán de vino per capita fue de 23,8 litros con especial interés en los vinos tranquilos, con una graduación no superior a 15 grados, que se situó en el 2007 en los 11,8 litros/habitante.

En general, la feria Prowein ha mantenido un elevado interés para las bodegas expositoras, y muchas de ellas han tenido numerosos contactos comerciales a lo largo de los tres días que ha durado el evento, tanto de importadores alemanes como de otros países que vinieron a visitar la feria. Ha habido un comentario generalizado en cuanto a la baja asistencia de visitantes, debido, en parte, a la elevada carga de eventos y ferias que se acumulan en esas fechas y

también a que era una semana de vacaciones en Alemania. La mayoría de expositores han manifestado su interés en volver a asistir a este certamen en futuras ediciones y la conveniencia de complementar la participación con actividades adicionales que atraigan aún más la visita de importadores hasta nuestro pabellón.


Desde Cámara de Comercio de Ciudad Real apostamos decididamente por esta acción y animamos a las bodegas a que consideren el mercado alemán como un área muy interesante para la exportación de sus vinos, bien para comenzar con la internacionalización de sus caldos, o bien para consolidar sus ventas en Alemania, país donde los vinos españoles son muy valorados.



La feria Prowein ha mantenido un elevado interés para las bodegas expositoras.

Plan de Iniciación de Promoción Exterior de Empresas de Ciudad Real

Este programa permite a las empresas PIPE contar con un asesoramiento especializado de forma individual y contar con una importante ayuda financiera que asciende al 80% de la subvención

 El Plan de Iniciación a la Promoción Exterior, más conocido por sus siglas, PIPE, es el primer programa de ámbito estatal dirigido específicamente a pymes que buscan un mayor desarrollo comercial a través de la exportación.

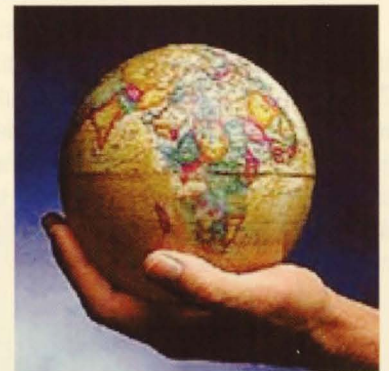
Se trata de un programa a la medida de las empresas que quieren comenzar a vender sus productos en el extranjero o bien contar con un departamento de exportación que funcione de una manera más rentable todavía.

Este programa permite a las empresas PIPE contar con un asesoramiento especializado de forma individual y contar con una importante ayuda financiera que asciende al 80% de la subvención de múltiples conceptos propios en la internacionalización de cualquier empresa.

Además la empresa participante, de manera indefinida, contará con numerosos servicios complementarios dentro del CLUB PIPE, desde líneas de financiación con unas condiciones realmente favorables para las empresas PIPE como asesoramiento de empresas especializadas en áreas como registro de marcas, temas de logística internacional incluso traducción telefónica simultánea y gratuita.

Su aplicación práctica está garantizada por la Cámara de Comercio de Ciudad Real, el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) y el Consejo Superior de Cámaras (CSC), con la colaboración de todas las Comunidades Autónomas y con el apoyo de los fondos

PIPE



FEDER de la Unión Europea.

Todas estas instituciones y entidades implicadas en el comercio exterior aportan los recursos económicos y humanos necesarios para facilitar a las pymes su iniciación y consolidación en la comercialización exterior.

Desde su puesta en funcionamiento en 1997, más de 5.000 empresas españolas pertenecientes a todos los sectores productivos y de servicios han participado con éxito en este programa, el cual ofrece en todo momento la máxima ayuda, con un mínimo riesgo, de forma cercana y sencilla.

Con esta filosofía, el PIPE pone a disposición de cada empresa:

- Un especialista con amplia experiencia en pymes y en comercio exterior.
- Una metodología de trabajo adaptada en concreto a sus productos o servicios.
- Un importante apoyo económico que permita hacer realidad la estrategia diseñada.

Cualidades del PIPE

El programa responde a un cumplimiento básico, ya que logra un cambio de cultura en el conjunto de la empresa, consiguiendo una implicación más funcional para aprender a exportar de todas sus áreas y departamentos, gracias a estos parámetros esenciales de actuación:

- Un proceso integral y continuo, que durante dos años acompaña a la empresa en todas sus etapas de decisión para alcanzar una óptima internacionalización.
- Una colaboración con profesionales externos a la empresa, formados en una metodología específica que supla cualquier demanda concreta.
- Facilidades en la contratación de un responsable de exportación que ponga en marcha el Plan de Internacionalización de su empresa.
- Un amplio rango de servicios para cubrir las necesidades de cada pyme.

El programa PIPE se extiende a lo largo de dos años en los que la empresa es orientada en todo momento por un especialista

que le asesora en el diseño de un plan de internacionalización particular para su empresa. Posteriormente la empresa puede continuar con el Programa de Seguimiento PIPE a lo largo de dos años más.

La experiencia de los más de 10 años que este programa lleva funcionando en toda España nos llevan a afirmar que muchas de las empresas que han participado en el mismo han observado un antes y un después en el mejor funcionamiento general de sus empresas después de participar en el Programa PIPE.

A partir de un adecuado del perfil comercial (recursos humanos y capacidad financiera suficiente), toda empresa seleccionada tendrá en el PIPE su mejor aliado para poder iniciarse en la exportación.

La Cámara de Comercio de Ciudad

REQUISITOS PARA QUE UNA EMPRESA FORME PARTE DEL PIPE

- ◆ Estar considerada como pyme según los criterios establecidos por la Unión Europea.
- ◆ Disponer de un producto o servicio propios.
- ◆ No superar el 30% de facturación en exportación.
- ◆ Tener una clara actitud de internacionalización, entre otros objetivos, para conocer las posibilidades reales en otros mercados.

Real pone a su disposición toda la información completa del programa PIPE y también las hojas de solicitud del mismo por si desea participar en el proceso de selección de empresas participantes que cada año se pone en marcha, sin duda no

se arrepentirá de emprender este camino guiado a la exportación de su producto o servicio.

Contacto: María Salinas.

Tlfno.: 926 274444

e-mail: msalinas@camaracr.org



COMERCIO EXTERIOR

Cámara Ciudad Real

En caso de estar interesados en recibir información sobre la actividad del Departamento de Comercio Exterior de esta Cámara, Cumplimente el boletín de inscripción para formar parte de la base de datos de empresas con actividad y/o potencial exportador de la provincia de Ciudad Real

EMPRESA:

ACTIVIDAD:

PERSONA DE CONTACTO: CARGO:

CORREO ELECTRÓNICO:

DIRECCIÓN POSTAL:

TELÉFONO: FAX:

CÓDIGO POSTAL: LOCALIDAD:(CIUDAD REAL)

Envíe este boletín por cualquiera de los siguientes medios:

**Correo Ordinario: Cámara de Comercio e Industria de Ciudad Real. Dpto. Comercio Exterior C/Lanza, 2 – 13004 CIUDAD REAL
FAX 926 255681 – e-mail: comex@camaracr.org**

En cumplimiento con el Artículo 5 de la Ley de Protección de Datos de Carácter Personal establecida por la Ley Orgánica 15/1999, se informa que los datos suministrados van a ser incorporados a un fichero y tratados. La finalidad de la recogida es su uso en acciones de Promoción de la Cámara de Comercio de Ciudad Real, siendo los destinatarios cualquier institución / organización / empresa, relacionada con la Promoción del Comercio Exterior. Los datos recogidos son voluntarios, pero necesarios para proceder a la convocatoria. El interesado dispone de los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición que ejercerá en la Cámara de Comercio, C/Lanza, 2, 13004 Ciudad Real.

Red Business Angels "Goban" mejora el acceso a la financiación de las Pymes

La aparición de nuevas necesidades de financiación ha provocado que la financiación mediante este sistema se esté haciendo un hueco como alternativa a los sistemas que se conocen



María Luisa Araujo (a la izquierda), vicepresidenta segunda y consejera de Economía y Hacienda, mantuvo un desayuno de trabajo con los empresarios.



CEEI Ciudad Real

La aparición de nuevas necesidades de financiación, muy específicas en cuanto a riesgo y capacidad para aportar garantías patrimoniales, junto con las dificultades que nuestro sistema financiero tradicional encuentra para ofertar un producto que se adecue a las empresas de nueva creación, en particular las basadas en la innovación, han provocado que la financiación mediante este

sistema se esté haciendo un hueco como alternativa a los sistemas de financiación que se conocen.

María Luisa Araujo, vicepresidenta segunda y consejera de Economía y Hacienda, mantuvo un desayuno de trabajo con los empresarios de Castilla - La Mancha y señaló que se está trabajando para conseguir favorecer cualquier iniciativa que suponga un avance en el proceso de desarrollo.

Esta fue la manera en la que realizó la presentación de la Red Business Angels "Goban", creada con el objetivo de mejorar el acceso a la financiación de las pequeñas y medianas empresas con un nuevo recurso financiero, y fomentar la creación de nuevas empresas innovadoras.

Esta Red tiene como objetivo poner en contacto emprendedores que buscan financiación con inversores privados (Business Angels) con capacidad para apor-

tar capital y conocimiento a empresas nuevas o jóvenes y con potencial de crecimiento.

La consejera de Economía y Hacienda indicó que la Red de Business Angels de Castilla - La Mancha, en la cual están implicados los Centros Europeos de Empresas e Innovación (CEEI's) y el Gobierno regional se enmarca dentro del Pacto por el Desarrollo y la Competitividad, dentro de las actuaciones que se impulsan para fomentar la cultura emprendedora y la capacidad de autoempleo de nuestros jóvenes.

El Pacto por el Desarrollo y la Competitividad demuestra su capacidad para adaptarse a nuevas situaciones, fechas atrás ya se reunía su Comité de Seguimiento con la finalidad de analizar las medidas que el Gobierno regional había adoptado dirigidas a dinamizar nuestra economía y generar confianza entre los empresarios y entidades financieras.

María Luisa Araujo resalta la solidez de nuestra economía, los avances y posibilidades de futuro que sirven de estímulo para seguir trabajando y avanzando en nuevos proyectos. Desde este punto de vista, desde las administraciones ya se está realizando un importante esfuerzo para que las ideas innovadoras se materialicen en proyectos empresariales.

En el marco de esta reunión, la vicepresidenta destacó la actividad de los Centros Europeos de Empresas e Innovación ya que están desempeñando un papel excepcional en la creación y desarrollo de nuevas empresas dentro de un contexto territorial de desarrollo industrial.

Dentro de Castilla-La Mancha, los CEEI's están integrados dentro de la cultura empresarial que se quiere promover en la región, y a través de las actividades que desempeñan contribuyen a la creación de nuevas empresas innovadoras, potencian la innovación, la transferencia de tecnología y la internacionalización de las empresas ya existentes.



La Consejera de Hacienda señaló que esta Red se enmarca dentro del Pacto por el Desarrollo y la Competitividad.

Los Centros Europeos de Empresas e Innovación son útiles para los nuevos empresarios que al iniciar su proyecto, ven respaldado su negocio. Además, ahora con la Red Business Angels "Goban" también son útiles para todos aquellos empresarios consolidados que deseen encontrar una línea de diversificación para su negocio.

La Red ofrece importantes servicios tanto a emprendedores como inversores,

estando a su lado en todo el proceso de negocio. Para los emprendedores aportará toda la orientación necesaria para el cumplimiento de los criterios de entrada en la Red, como Plan de Empresa o presentaciones a inversores.

Acompañará a los empresarios en el inicio y seguimiento de su proyecto, facilitándoles infraestructuras - como los viveros de empresas - y la formación necesaria para la gestión empresarial.

Los inversores también encontrarán destacados beneficios al ayudarles en el filtrado de proyectos de negocio para la entrada en la Red; dándoles un código de conducta entre inversores, Red y emprendedores; organizando reuniones y foros de inversión, entre otras actuaciones.

La consejera de Economía y Hacienda señaló que su eficacia está demostrada, tanto a nivel nacional como internacional, sobre todo en el caso del impulso de proyectos empresariales relacionados con la innovación, las nuevas tecnologías y el I+D+i.

María Luisa Araujo resalta la solidez de nuestra economía, los avances y posibilidades de futuro que sirven de estímulo para seguir trabajando en nuevos proyectos y cómo las Administraciones están realizando un gran esfuerzo

¿Cómo es el consumidor castellano manchego? Estudio sobre sus hábitos

Según las 1.200 encuestas los productos en los que se gastan más dinero son: alimentos, bebidas, alcohol, tabaco y narcóticos; vivienda, agua, electricidad y gas, ansporte, hoteles y cafés

Según el estudio "Características del Consumidor de Castilla-La Mancha" elaborado por el Consejo de Cámaras Oficiales de Comercio e Industria de Castilla-La Mancha" en colaboración con la Dirección General de Consumo de la Consejería de Sanidad, se puede conocer hábitos de compra y consumo, datos sobre qué, cómo, dónde, cuánto y cuándo compra y en razón de qué factores sociodemográficos, culturales...

Este estudio ha sido presentado en la sede de la Cámara de Comercio e Industria de Ciudad Real por D. Lucio Moreno Bernabeu, vocal del Comité Ejecutivo de esta Cámara; el director provincial del Instituto de Consumo, D. Jesús Montalvo; el delegado de Sanidad, D. Ricardo Ruiz; y, el vicerrector de la Universidad de Castilla-La Mancha, D. Francisco Alía.

Según la información recogida de las 1.200 encuestas realizadas a los consumidores castellano-manchegos, los productos en los que se gastan más dinero, en términos de gasto medio por hogar, en comparación con el resto de España son: la compra de alimentos y bebidas no alcohólicas; alcohol, tabaco y narcóticos; vivienda, agua, electricidad y gas, transporte, hoteles, cafés y restaurantes.

Del mismo modo, el gasto en inferior a la media nacional en: Artículos de vestir y calzado; Mobiliario y equipamiento del hogar; Salud; Comunicaciones; Ocio, espectáculos y cultura; Enseñanza; y, Otros bienes y servicios.

Respecto a la distribución de las áreas



Este estudio ha sido presentado en la Cámara de Comercio de Ciudad Real por D. Lucio Moreno Bernabeu.

as comerciales, Ciudad Real cuenta con un mercado potencial de 512 millones de euros (45% mercado local, 55% del resto del área); frente los 730 millones, de Albacete (71% mercado local y 29% resto del área, 257 millones, de Cuenca (63% local y 37% resto del área); 373, de Guadalajara (62% local y 38% resto del área); y 497, de Toledo (56% local y 44% resto del área).

En cuanto al volumen de gasto más importante de la Comunidad de Castilla-La Mancha, se realiza en los municipios que no son capitales de provincia con un 70,8 %.

La mayor representatividad en el gasto, la consiguen los hogares que tienen un sustentador principal con una edad

entre los 45 y los 54 años (un 26,6%).

Los hogares con sustentador principal varón son los más habituales en Castilla-La Mancha y suponen un 84 % del gasto total que se efectúa en la Comunidad Autónoma.

Los hogares con un sustentador principal casado son los que agrupan el 82% del gasto efectuado.

La distribución del gasto en función del nivel formativo está bastante repartida aunque destacan los hogares donde el sustentador principal tiene enseñanza de primer grado (casi un 38%).

Los hogares formados por una pareja con 2 hijos son los más importantes en

el gasto de la Comunidad (concentran un 24,8 % sobre el total).

Atendiendo al volumen de ingresos del hogar, conviene resaltar que el grupo de hogares que obtienen entre 1.000 y 1.499 euros, es el más representativo (23,8%).

La mayoría de los consumidores castellano-manchegos adquieren los productos cárnicos, el pescado y las frutas y verduras en comercios tradicionales y supermercados de la ciudad.

Los productos textiles se adquieren, principalmente, en establecimientos franquiciados (69,2%), mientras que el calzado se compra en el comercio tradicional (82,6%).

Para comprar productos de droguería y aseo personal, se acude al comercio especializado (47,6%), supermercados (37,2%) e hipermercados (5,7%).

El formato comercial al que se acude habitualmente para realizar la compra de muebles es el comercio especializado (51,3%) y las grandes superficies (11,7%), principalmente.

Los electrodomésticos se compran



Otro elemento analizado se refiere a los principales indicadores de calidad del comercio en la región.

en comercio tradicional especializado (62,8%). También presenta cierta importancia relativa las grandes superficies, acentuándose sobre todo aquí, en Ciudad Real.

Otro elemento analizado se refiere a los principales indicadores de calidad del comercio en la región. Los consumidores de CLM valoran los aspectos de calidad entre puntuaciones de 3 y 4 (estableciendo una escala de 1 a 5). El consumidor considera que los productos tienen buena calidad, las zonas comerciales son relativamente accesibles, las instalaciones son adecuadas, etc., y en general, la calidad global del comercio de la región, es buena.

Las valoraciones obtenidas en el caso de Ciudad Real, presentan equivalencias con el conjunto de los consumidores de Castilla-La Mancha. Un elemento importante es que el tiempo que el consumidor espera en los establecimientos comerciales de Ciudad Real es mayor que en el conjunto de los comercios de la región.

Finalmente, Castilla-La Mancha es una de las comunidades autónomas donde los movimientos migratorios interiores han tenido una incidencia más notable.

Lucio Moreno destacó que este estudio supone una nueva herramienta de información para el sector comercial. Según sus palabras: "Se convierte en una radiografía fiable de la situación y percepción sobre la calidad recibida por los consumidores de la región, intentando ser un punto de partida para las nuevas políticas, planos de promoción e iniciativas relacionadas con el consumo de Castilla-La Mancha".

El director provincial del Instituto de Consumo, Jesús Montalvo, añadió que este estudio también ha permitido evaluar el grado de satisfacción del consumidor que, en el caso de CLM, es alto; indicando, igualmente, que este estudio se ha podido llevar a cabo gracias al convenio de colaboración suscrito entre el Consejo Regional de Cámaras de Castilla-La Mancha, la Dirección General de Consumo y la Universidad de Castilla-La Mancha.

OBJETIVOS PRINCIPALES DE ESTE ESTUDIO

- ❖ Evaluar la conformidad y satisfacción de los consumidores con la calidad de los servicios recibidos.
- ❖ Conocer los hábitos de consumo y compra del consumidor.
- ❖ Identificar las cuestiones que generan mayor sensibilidad en materia de consumo.
- ❖ Actualizar los indicadores y parámetros más significativos con relación a la calidad recibida en servicios y productos.
- ❖ Promover un posicionamiento del comercio de CLM, acorde con las características detectadas en los consumidores.



Vista interior de lo que será una de las naves de esta importante factoría.

Vestas, líder mundial en tecnología eólica, se instala en Daimiel

Con un 28% de cuota de mercado, Vestas es el líder mundial en soluciones de energía eólica, con más de 33.500 aerogeneradores instalados en 63 países de cinco continentes

Vestas Dieter Überegger, Nils Pontoppidan, Luis Monge e Isabel Moreno nos reciben en la caseta de obra habilitada durante la construcción de las nuevas instalaciones de Vestas en Daimiel, que estarán en funcionamiento, tal y como aseguran, el próximo mes de julio.

Vestas, que se trata de una empresa Danesa que comenzó su andadura empresarial en 1898, inició la fabricación de aerogeneradores en 1979 y, desde entonces, ha desempeñado un papel muy importante en la dinámica industrial de la energía eólica.

Con un 28% de cuota de mercado, Vestas es el líder mundial en soluciones de energía eólica, con más de 33.500 aerogeneradores instalados en 63 países de cinco continentes. Los aerogeneradores de Vestas generan más de 50 millones de MWh de energía al año, siendo el número uno en energía moderna.

Vestas dispone de la tecnología más avanzada e innovadora en la fabricación de aerogeneradores, lo que la convierte en un claro referente en el sector, gracias a los esfuerzos realizados y el énfasis puesto en la investigación, el desarrollo de nuevos productos e innovaciones y en la calidad y mejora continua de toda su gama de productos.

Con más de 14.000 empleados, su implantación es prácticamente mundial y de esta planta de Daimiel saldrán las más eficaces formas de obtener energía como son las palas de aerogenerador V90 cuyo área de barrido es sensiblemente superior a las conocidas hasta ahora.

¿Cómo empezó Vestas sus relaciones con España y sobre todo con Daimiel?

Vestas está presente en el mercado español desde los años 80,

primero en el archipiélago canario y desde mediados de los 90 en el territorio peninsular. Contamos con distintos centros en Barcelona, Madrid, Zaragoza y otros lugares de España, y si hablamos específicamente de producción, tenemos plantas en Viveiro (Lugo), León, Ólvega (Soria) y, ahora, en Daimiel.

Respecto a la elección de Daimiel, un factor determinante ha sido la ventaja competitiva que supone para el municipio la disponibilidad de suelo industrial desarrollado y su posición logística, ya que somos una empresa muy dinámica y deseaba construir la fábrica sin pérdida alguna de tiempo.

En el 2005 iniciamos las conversaciones con las distintas administraciones, y hay que decir que se barajaron otras posibilidades, pero finalmente la opción elegida, por lo que hoy nos congratulamos, fue Daimiel. En este sentido, tenemos que agradecer el soporte institucional, el apoyo y el cariño que hemos recibido, tanto por la administración local como de la administración autonómica.

Además, la estrecha colaboración con el CEEI de Ciudad Real, que nos asesora en todo lo relativo a la obtención de ayudas y subvenciones, y con la Cámara de Comercio e Industria, ha sido muy importante, ya que ambas instituciones nos han ayudado mucho, y estamos seguros de que esta colaboración tan fructífera se mantendrá en el tiempo.

¿Qué inversión está prevista para esta nueva planta de Daimiel y cuanto empleo va a generar?

La cifra originalmente prevista era sensiblemente inferior a los actuales 76 millones de euros que se van a ejecutar, y podemos hablar de la creación de unos 500 empleos directos en la planta, que operará todos los 365 días del año, las 24 horas del día. Todo ello sin contar los 1.500 empleos indirectos que se estiman se van a crear en torno a la actividad de esta nueva factoría.

¿Cómo va a ser el producto que salga de esta fábrica?

La tecnología que vamos a utilizar aquí es de última generación. Nuestra palas van a tener 44 metros, para su instalación en generadores V90, de última generación y muy competitivos.

La capacidad productiva de la planta será de 1.200 palas al año. Comenzará su producción con dos líneas, en julio de 2008, y en el mes de octubre se añadirán dos líneas más de producción.

Es importante recalcar que la nueva planta de Daimiel no es una planta local, sino que es una planta global, es decir, desde aquí fabricamos las mejores palas y las instalamos en cualquier lugar del planeta.

¿Cuáles son las perspectivas de futuro del sector de las ener-



Nils Pontoppidan, Dieter Überegger, Isabel Moreno y Luis Monge.



Las nuevas instalaciones de Vestas en Daimiel, estarán en funcionamiento, tal y como aseguran, el próximo mes de julio.

gías renovables en España?

Las energías renovables en este país tienen un claro futuro, y las expectativas son muy prometedoras, ya que nos encontramos en un entorno donde hay una voluntad social clarísima de apostar por las energías renovables, lo cual es un factor determinante.

Las fortalezas de la energía eólica son evidentes frente a las energías convencionales; sin ir más lejos, en sus costes, al haber superado el precio del petróleo los 100 dólares por barril.

Aunque si tenemos que hablar de mejoras que ayuden al desarrollo eólico nacional, es muy importante contar con un sistema eléctrico fuerte y deben mejorar las interconexiones entre España y el resto de Europa. Hoy nuestro país es todavía una isla eléctrica, con sólo un tres por ciento de interconexión con Europa, cuando hay otros países, como por ejemplo Dinamarca, que tienen un cincuenta por ciento.

El CEEI de Ciudad Real clausura un curso sobre energías renovables



CEEI Ciudad Real

El Centro Europeo de Empresas e Innovación (CEEI) de Ciudad Real, ha clausurado el innovador y novedoso programa "Consultor de Energías Renovables", que se ha desarrollado en Ciudad Real y que ha sido posible gracias a la colaboración entre esta institución y el IMPEFE de la capital. El objetivo fundamental de este programa, pionero en la provincia y en la región, impartido por la Escuela de Organización Industrial (EOI) y cofinanciado por el Fondo Social Europeo, ha sido formar consultores profesionales con capacidad para dar respuesta a los retos del desarrollo e implantación de sistemas de aprovechamiento basados en las energías renovables, tanto en el ámbito industrial como empresarial.



El acto de clausura corrió a cargo de Javier Morales, presidente de IMPEFE, Günther Lorenz, director de CEEI y, el profesor de la EOI; Cristóbal López.

A lo largo de las 500 horas de duración del programa, las 24 empresas participantes, han tenido ocasión de analizar y evaluar el contexto energético y el marco jurídico en la Unión Europea, la política de eficiencia energética, evaluar desde el punto de vista ambiental, los efectos derivados del desarrollo e implanta-

ción de diversas tecnologías y conocer las herramientas y métodos de gestión de proyectos técnicos.

Se han desarrollado 22 proyectos, 12 correspondientes a energía solar fotovoltaica y térmica, 3 a biomasa, 3 de cogeneración y aprovechamiento energético, 3 de auditoría, implantación y asesoramiento energético y 1 de pilas de combustibles.

CEEI Ciudad Real ha diseñado este programa, el primero de estas características que se realiza en nuestra provincia, para dar respuesta a la demanda de profesionales cualificados en el sector de las energías renovables, una alternativa eficaz y de futuro y una oportunidad de mercado sobre la innovación tecnológica.

CEEI Ciudad Real clausura un curso de consolidación de la empresa familiar en Tomelloso



CEEI Ciudad Real

CEEI Ciudad Real ha clausurado en Tomelloso un innovador Programa de Consolidación de la Empresa Familiar, que ha desarrollado en esta localidad en colaboración con el Clipe de Tomelloso, dirigido a empresas familiares.

Este programa, que se pone por primera vez en marcha en nuestra provincia, ha tenido como objetivo apoyar a las empresas familiares, que tanta importancia tienen para nuestro desarrollo empresarial, como lo demuestra el hecho de que las empresas familiares suponen el 90% del total de empresas en España y aportan entorno al 70% del PIB, empleando a unos ocho millones de trabajadores.

Durante las 500 horas de duración del curso, las 12 empresas participantes han tenido ocasión de realizar un diagnóstico personalizado de su empresa frente a la sucesión, para lo que ha contado en todo momento con el asesoramiento personalizado de expertos en procesos sucesorios.

Este programa, primero organizado en la provincia, impartido por la Escuela de Organización Industrial de Madrid ha aplicado una metodología eminentemente práctica, al diferenciar entre predecesores y sucesores y combinando la formación teórica con la consultoría individualizada.

Las 12 empresas asistentes tienen



Un grupo de asistentes al curso.

una facturación acumulada que supera los 41 millones de euros, un beneficio estimado de 2.850.000 euros, dando empleo de forma directa a 272 trabajadores y de forma parcial a 34, perteneciendo a diferentes sectores de actividad: servicios, industrial, comercialización de vehículos, hostelería, instalaciones eléctricas y reparación del automóvil.

La Cámara forma a empresas agroalimentarias para exportar a EE.UU

En colaboración con la Cámara de Comercio de España en EE.UU., y más concretamente con su directora la Sra. Bisila Bokoko, se analizará la situación del sector en el mercado norteamericano

Durante el mes de junio, el Departamento de Comercio Exterior de la Cámara de Ciudad Real, tiene previsto desarrollar un Seminario informativo con el título "Requisitos legales y trámites para la exportación de alimentos y bebidas alcohólicas a EE.UU."

En colaboración con la Cámara de Comercio de España en EE.UU., y más concretamente con su directora la Sra. Bisila Bokoko, se analizará la situación del sector en el mercado norteamericano, los canales de distribución idóneos, un paseo por la cultura de los negocios en EE.UU, con un especial hincapié en los requisitos y trámites para exportar alimentos y bebidas.

EE.UU. es el cuarto país más grande del mundo en extensión y cuenta con una población cercana a los 300 millones de habitantes, posee una de las rentas per cápita más alta del planeta, y un crecimiento anual del PIB de alrededor del 5%.

Estas cifras destacadas, y la tendencia y evolución del mercado en el que España ha pasado a formar parte de un grupo importante de países suministradores, hacen de EE.UU. un claro objetivo de exportación al que debemos prestar una especial atención.

¿Cómo afecta la ley de bioterrorismo a nuestras exportaciones?, ¿cómo funciona la aduana estadounidense?, ¿qué es la FDA?, ¿qué funciones desempeña la Oficina de Alcohol y Tabaco?, ¿cómo trabaja el Departamento de Agricultura?, ¿cómo enviar muestras?, ¿cuáles son las



EE.UU. es el cuarto país más grande del mundo en extensión y cuenta con una población cercana a los 300 millones de habitantes y posee una de las rentas per cápita más alta del planeta



normas de etiquetado para alimentos y bebidas?

Estas y otras preguntas serán respondidas durante el desarrollo del seminario en el que se incluirá un apartado de ruegos y preguntas. Una oportunidad, para nuestras empresas, de despejar algunas dudas sobre sus relaciones comerciales con la primera potencia económica mundial.

La formación en comercio exterior ha sido siempre una prioridad para nuestra Corporación, y una de las bases sólidas de nuestro desarrollo empresarial en los mercados de los cinco continentes. El conocimiento de los mercados se convierte en una herramienta de estrategia muy útil en la expansión internacional de nuestros productos.

La Cámara construye el Vivero de Empresas de Puertollano

Esta apuesta pretende ser un elemento dinamizador de la actividad empresarial, orientado y centrado en la creación, consolidación y desarrollo de Pymes

La Cámara Oficial de Comercio e Industria de Ciudad Real, fiel a su compromiso con los emprendedores y empresarios de la provincia de Ciudad Real, está construyendo en Puertollano uno de los más modernos viveros de empresas de la Región, y que se prevé este totalmente operativo en el **otoño**.

Esta ambiciosa apuesta por el futuro de Puertollano y de la provincia, que la CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE CIUDAD REAL, pretende ser un elemento dinamizador de la actividad empresarial de toda la comarca, orientado y centrado en la creación, consolidación y desarrollo de Pymes innovadoras.

Este nuevo vivero de empresas, dispondrá de los medios y tecnologías más avanzadas en el campo del desarrollo empresarial, lo que propiciará la creación de empresas innovadoras, con un alto contenido tecnológico, empresas surgidas de procesos spin-off industrial y de procesos de investigación académica en el ámbito de la Universidad, o empresas relacionadas con las nuevas tecnologías, empresas medioambientales, de ingeniería y de consultoría tecnológica y, en definitiva, todas aquellas empresas con alto valor añadido y contenido innovador.

El vivero de empresas de Puertollano será un referente de modernidad e inno-



Actual estado de las obras.



vación, para lo cual, se han diseñado unas instalaciones de estética cuidada, que van a permitir proyectar una imagen de modernidad e innovación, tanto de la ciudad de Puertollano, como del propio vivero y de las empresas instaladas en él.

Las ventajas que el vivero de Puertollano va a proporcionar a las empresas que se instalen en él son diversas. Entre ellas, cabe destacar, en primer lugar, la disminución de costes de implantación y puesta en marcha que, lo que incide de forma exponencial en la disminución del riesgo empresarial durante los primeros años de vida de la empresa.

En segundo lugar, las sinergias de colaboración entre las propias empresas

alojadas en el vivero, y entre éstas y las Administraciones Públicas, a lo que hay que sumar el no menos importante hecho de la intensificación de las relaciones personales entre empresarios y personal de las empresas.

En tercer lugar, la flexibilidad que se ofrece en el alquiler de las instalaciones y en la contratación de los servicios auxiliares, lo que de hecho supone para la empresa la posibilidad de establecer paquetes individualizados de servicios acorde, en cada momento, con sus necesidades empresariales.

Por último, y no por ello menos importante, el vivero de empresas supone un excelente escaparate de innovación y

SERVICIOS QUE SE OFRECEN

Los servicios que se van a ofrecer a emprendedores y empresas, están vinculados al edificio y a los locales

Oficinas y naves

- 22 despachos de 18 m².
- 6 despachos de 36 m².
- 6 naves de 100 m².

Equipamiento de oficinas

- Servicio eléctrico individualizado.
- Calefacción/Aire acondicionado individual.
- Cableado categoría 6, centralizado en RAC.
- Tomas de voz y datos para conexión de terminales telefónicos y montaje de red informática.
- Control de accesos mediante sistema de proximidad por radiofrecuencia, personalizable por horarios, accesos,...
- WIFI (conexión a internet)

Salas comunes

- Salas de reuniones.
- Aulas de formación.
- Zonas de descanso.
- Cafetería y máquinas de vending.
- Recepción y hall.
- Buzones.

Zonas comunes y exteriores

- Señalización exterior e interior.
- Plazas privadas de aparcamiento y facilidad de accesos.
- Video portero.
- Seguridad y vigilancia de instalaciones.
- Iluminación exterior.
- Limpieza de zonas comunes.

modernidad para las empresas, proyectando para ellas una imagen acorde con sus necesidades de presentación al mercado y a sus clientes.

En definitiva, este nuevo e innovador vivero de empresas de Puerollano proporcionará espacios físicos y servicios de valor añadido a las empresas, con las siguientes ventajas para el desarrollo em-

presarial:

- Flexibilidad y adaptación a las necesidades de las empresas.
- Ahorro de costes de infraestructuras y servicios comunes.
- Escaparate de innovación de las empresas en él ubicadas.
- Sinergias entre las empresas alojadas.
- Mejora de la tasa de éxito de los nuevos proyectos empresariales.



Para más información:
Manuel Roque
Tfno.: 926 273034
e-mail: mroque@ceeicr.es

La asociación de Cámaras de Comercio Europeas cumple 50 años

Para la celebración de este evento, se ha elegido la ciudad de Estrasburgo, ciudad en la que se reunió por primera vez en 1958 en asamblea

Eurocámaras, la asociación de Cámaras de Comercio e Industria Europeas, celebra su 50 aniversario. Para la celebración de este evento, se ha elegido la ciudad de Estrasburgo, ciudad en la que se reunió por primera vez en 1958 en asamblea; la "Conferencia Permanente" paso a convertirse en Eurocámaras.

El acto contó con la asistencia de representantes de toda la red de Cámaras y del Parlamento Europeo, Eurocámaras presenta dos iniciativas simbólicas que subrayan su decisión para adaptarse a los cambios y retos del siglo XXI: una declaración conjunta de toda la red de Cámaras y una nueva imagen corporativa.

Eurocámaras fue la primera organización empresarial que se creó a nivel europeo después de la firma del Tratado de Roma. Su característica única reside en ser la única organización europea cuyos miembros trabajan activamente por el desarrollo y crecimiento de las empresas, así como por el desarrollo económico de sus regiones. En la actualidad, Eurocámaras representa los intereses de 19 millones de empresas, a través de una red de 2.000 Cámaras de Comercio locales y regionales en 45 países europeos. Más del 90% de esas empresas son pymes y emplean a 120 millones de personas.

Eurocámaras es la única organización empresarial europea que representa los intereses de las empresas de todos los sectores y tamaños, y la que posee la red territorial más extensa.

En el último trimestre de 2008, Eurocámaras organizará la primera sesión del Parlamento Europeo de las Empresas.



Eurocámaras es la única organización empresarial europea que representa los intereses de las empresas de todos los sectores y tamaños y la que posee la red territorial más extensa.

Todos los escaños del Parlamento serán ocupados por empresarios de los 27 Estados miembros. Se establecerá un diálogo directo entre los empresarios y las

instituciones europeas, en el que podrán expresar democráticamente sus opiniones sobre los principales temas de interés económico.

RENOVAR SU COMPROMISO

Motivada por la experiencia de los últimos 50 años, Eurocámaras y sus organizaciones miembros renuevan su compromiso futuro para.

- Apuntalar la competitividad de las empresas europeas con acciones basadas en las cuatro líneas del Manifiesto de las Cámaras; es decir, creación de empresas, internacionalización, formación y educación e innovación.
- Promover y desarrollar el espíritu emprendedor desde un principio. Las Cámaras quieren promocionar entre autoridades, empresas, escuelas, centros de formación y universidades la creación de herramientas que ayuden a la cultura emprendedora y de toma de riesgos, así como la detección de este tipo de talento y vocación tan pronto como sea posible.
- Animar a nivel local, regional y nacional la aparición de ámbitos reales de discusión que impliquen a autoridades públicas e importantes autoridades económicas.

Certificados digitales PARA EMPRESAS

Acceda a la certificación digital para empresas y benefíciese de las ventajas de cinco herramientas exclusivas, **disponibles gratuitamente**



FIRMA DE ESCRITORIO



SELLADO DE TIEMPO



FIRMA DE ACTAS



NOTARIZACIÓN
ELECTRÓNICA



FACTURA
ELECTRÓNICA

El valor de identificarse

Seguridad en la red

Proyecto "hacia un censo digital" cofinanciado por

www.camerfirma.com/certificadosfeder

902 100 096

Cámara
Ciudad Real



UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo
de Desarrollo Regional

Empresas españolas en el mercado alemán: experiencias y factores de éxito

La calidad de los productos y poder depositar su confianza en proveedores de los que puedan obtener un servicio eficiente son dos de los factores más valorados por los clientes alemanes

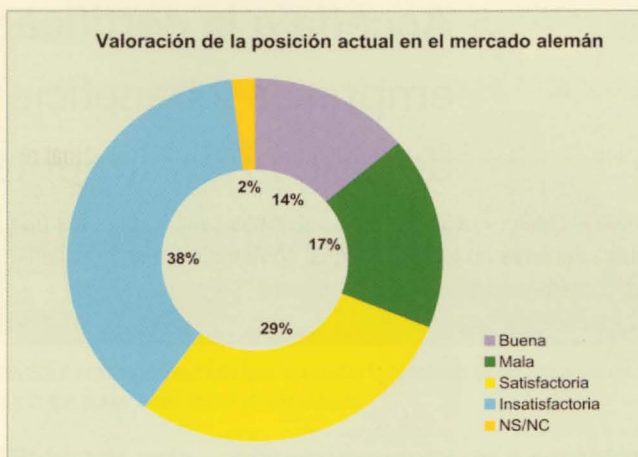
Valerie Möhring, Cámara de Comercio Alemana para España

La calidad de los productos y poder depositar su confianza en proveedores de los que puedan obtener un servicio eficiente y con garantías son dos de los factores más valorados por los clientes alemanes. Este es uno de los resultados de la encuesta: "Empresas españolas en el mercado alemán: Experiencias y factores de éxito", realizado recientemente por la Cámara de Comercio Alemana para España, en colaboración con la Landesbank Baden-Württemberg, entre casi 400 empresas españolas con actividad comercial en Alemania.

Según revela la encuesta, la valoración que un cliente alemán hace de una oferta no se circunscribe exclusivamente al producto, sino que contempla todo el conjunto de elementos que intervienen en la relación comercial, desde el producto en sí, hasta la organización del suministro pasando por el servicio de atención al cliente.

El mercado alemán requiere redoblar esfuerzos

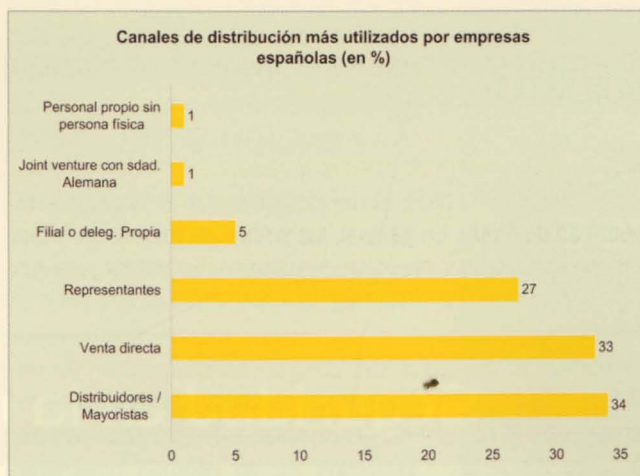
¿Cuáles son las diferencias entre el mercado alemán y el español? Sobre todo, las estructuras comerciales y de distribución más desarrolladas y especializadas del mercado germano com-



parado con el mercado español. Al ser un mercado prioritario para la mayoría de fabricantes de casi todo el mundo, el mercado alemán destaca por su alto grado de competitividad. Estas características hacen que haya un cambio de rol entre los agentes y los actores (representantes, distribuidores, centrales de compra) que sirven como puerta de acceso. Existe también una mayor dificultad para encontrar socios comerciales, según revela la encuesta. Eso implica que haya que redoblar esfuerzos en el campo de la gestión comercial, contemplando sobre todo el factor humano y el conocimiento del funcionamiento del mercado y del sector en concreto.

Poder comunicarse en alemán con los clientes

Los resultados de la encuesta constatan, además, que la comunicación en el idioma propio de los clientes sigue demostrándose como factor de éxito. Garantizar al cliente alemán una operativa diaria en su propio idioma es una de las mayores ventajas. Adicionalmente, es muy recomendable disponer de una versión alemana de la web de la empresa y de los catálogos. En este sentido, los autores del estudio insisten en que es vital que la traducción sea correcta, dado que en muchos casos esos dos soportes de promoción son el primer contacto del cliente y la primera imagen que éste percibe de la empresa.



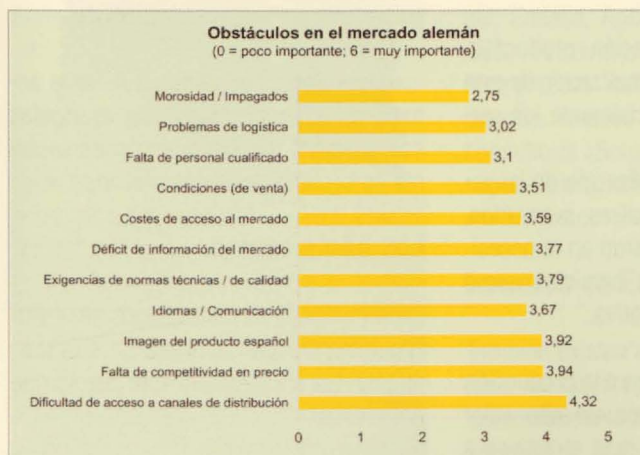


Crear canales de distribución propios

Al igual que las ediciones de 2001 y 2003, la encuesta actual refleja la dificultad de acceder a los canales de distribución y comercialización. Puesto que los diferentes canales para los distintos sectores no funcionan igual en Alemania que en España, es imprescindible poseer un análisis o estudio que, de forma precisa, describa y oriente sobre los canales de comercialización. La creación de redes comerciales estables sigue siendo una de las asignaturas pendientes de las empresas españolas. Según se desprende del estudio, sólo un seis por ciento de las empresas españolas que exportan a Alemania opta por establecer delegaciones o representaciones propias en el mercado en el que se quiere vender. En este sentido, la encuesta señala que, en el caso alemán, cada vez es más importante implantarse en el mercado con recursos propios, bien sea con una delegación comercial o con personal propio que lleve a cabo las actuaciones de representación "in situ".

Compartir recursos para ser más efectivo

De acuerdo con los resultados obtenidos en las dos últimas ediciones, las empresas de mayor tamaño - medido en volumen de



facturación o en tamaño de plantilla - manifiestan disponer de una mejor situación en el mercado alemán. Por su parte, las pequeñas y medianas empresas deben buscar alternativas, entre las que la Cámara recomienda la actuación en consorcios como fórmula para responder a la mayor competencia del mercado alemán. El estudio señala que la dependencia de los socios comerciales es cada vez más complicada. En muchos casos, tras un largo tiempo de cooperación, la empresa pierde al socio comercial y tiene que volver a empezar de nuevo. Otra posibilidad que señala el estudio consiste en contar con un manager dentro del país y compartirlo con otras empresas o la creación de delegaciones.

La participación ferial: una premisa que requiere matices

España es un gran cliente de las sociedades feriales de Alemania. En los últimos años, el número de expositores se sitúa en algo más de 4.000. En general, las empresas valoran de forma positiva su participación como expositores. Sin embargo, el estudio matiza que la participación individual de la empresa española debe responder a un conjunto de variables: las ferias por sí mismas no facilitan la entrada a un mercado, sino que son plataformas imprescindibles para mantener y ampliar los contactos con clientes cuando la empresa ya es "proveedora" y tiene su cartera de clientes.

La terciarización como grado de desarrollo de una economía

Entre las causas de su desarrollo, destacan la fuerte especialización productiva y el proceso de deslocalización de industrias de muchos países avanzados



El avance de la "terciarización", -un término que habrá que acabar aceptando- parece imparable, sobre todo en las economías más desarrolladas, pero no solo en ellas, como pone de manifiesto el caso quizá más paradigmático en la actualidad, la India. Para muchos, la industrialización ya no es sinónimo de desarrollo, y la afirmación de que los países industrializados conforman el grupo de los países ricos empieza ya a no ser válida. Algunos van incluso más lejos. Los expertos señalan que "la producción industrial tecnológicamente avanzada ya no es un valor final de mercado sino un insumo, fundamentalmente, para el moderno sector de servicios".

De qué estamos hablando

El macrosector de servicios es difícil de definir. Aparte de su amplitud, resulta muy heterogéneo, ya que engloba una gran cantidad de sectores con características en ocasiones muy específicas. Una posible definición podría desarrollarse a partir de la antítesis del concepto físico

de producto. Aún permanece una cierta indefinición de la frontera entre productos y servicios, provocada por la "servicialización" de las industrias tradicionales, ya que se considera que del precio final de un bien, el 75% equivaldría a prestación de servicios.

De los bienes a los servicios

Varias son las causas del desarrollo del sector terciario, pero dos destacan sobre las demás:

- La fuerte especialización productiva, que ha llevado a la externalización de muchas actividades, especialmente los servicios.
- El proceso de deslocalización de las industrias de muchos países avanzados, cuyas economías se vieron en la necesidad de desarrollar los servicios como fuente de riqueza alternativa.

Además, los servicios a la producción otorgan a los productos un alto valor añadido, que los hace más atractivos a

los consumidores.

El comercio internacional, dominado hasta época reciente por los intercambios de bienes, ha visto cómo el comercio de servicios ha ido adquiriendo un papel cada vez más relevante. Este nuevo papel se debe a la revolución de las telecomunicaciones, los avances tecnológicos, especialmente en los sectores en red, y los procesos de privatización y liberalización llevados a cabo en un buen número de países

Cabe decir, por tanto, que, en la actualidad, las sociedades más avanzadas son aquellas que disponen de los sectores de servicios más desarrollados.

Las cifras cantan

La importancia de los servicios en el ámbito internacional se refleja en su crecimiento. En el último año del que se dispone de datos, 2005, crecieron un 11% en términos nominales, suponiendo ya

prácticamente el 20% de los intercambios comerciales globales.

En nuestro país, la aportación de este sector al PIB resulta apabullante. Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), representa el 67,2% del valor añadido bruto (datos de 2005), y proporciona empleo al 65% de la población activa. Más de dos millones de empresas se dedican a él, generando un volumen de negocio superior al billón de euros.

Los ingresos por turismo (un 48,2% del total) crecen un 5,6%, pero los ingresos por el resto de servicios muestran un avance muy superior, nada menos que el 16,1 %.

No solo es cantidad

Desde un punto de vista cualitativo, otros aspectos subrayan su importancia, como por ejemplo: su capacidad de arrastre o de generación de exportaciones inducidas. La consultoría y la distribución comercial son ejemplos de sectores que tie-



nen una clara incidencia en las exportaciones de otras áreas su capacidad de generación de imagen país. Pueden potenciar la imagen país en el exterior, entre los que cabría destacar la arquitectura, la ingeniería, las industrias culturales... su alto nivel tecnológico. La actividad de un buen número de empresas españolas punteras, que ha permitido su reconocimiento en el exterior y en consecuencia el de nuestra industria en su conjunto.

La implantación en los mercados exteriores de las grandes empresas españolas, la mayoría de servicios, ha supuesto arrastrar consigo a muchos proveedores de servicios y productos. Dentro de estas grandes empresas, cabe destacar por sectores a la banca (BBVA, BSCH), seguros (Mapfre), telecomunicaciones (Telefónica, Indra), energía (Repsol, Endesa, Agbar) construcción (FCC, ACS, Ferrovial), inmobiliario (Fadesa, Metrovacesa, Acciona), arquitectura (Calatrava), hoteles (Barceló, Meliá, Riu), consultoría (Soluziona), seguridad (Prosegur, Eulen), editorial (Planeta, Santillana, SM), etc.

Barreras en Europa

También existen barreras sin salir de Europa, o más concretamente sin salir del tan ansiado mercado único. Otro estudio, esta vez de la OCDE, titulado Economía

en la Unión Europea, subraya las dificultades para alcanzar un auténtico mercado europeo de servicios, debido a las diferentes normativas de cada Estado miembro, que complican la prestación de servicios fuera de cada país, y ello a pesar de que el desarrollo de Internet y el abaratamiento de los costes de las comunicaciones y de los viajes compensen en parte esta situación.

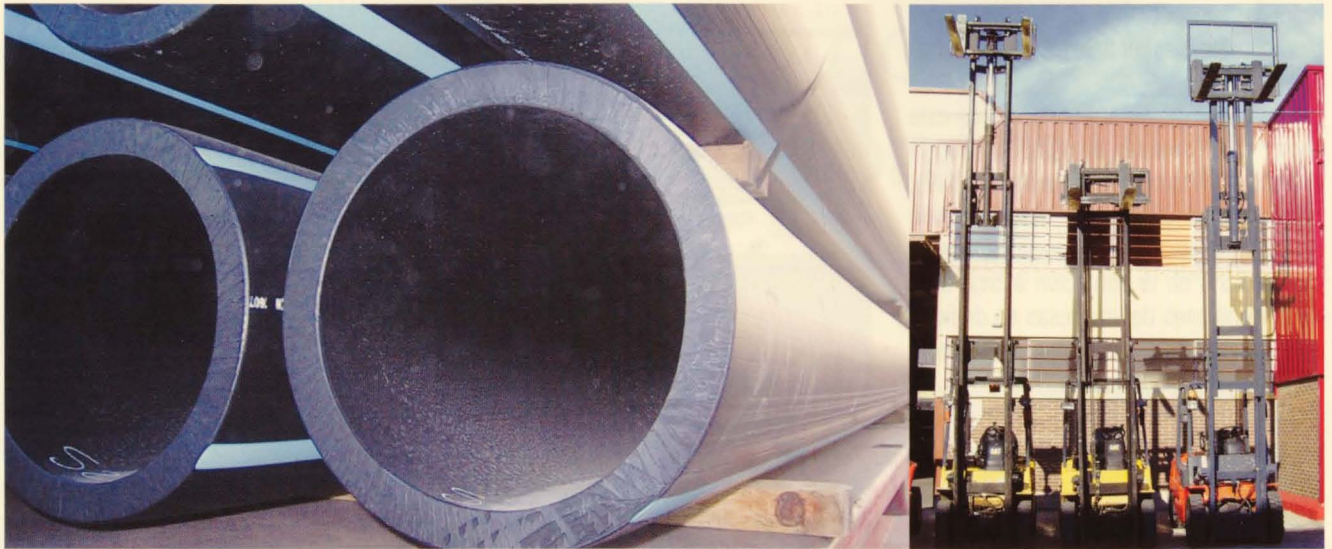
Aunque en Europa los servicios emplean a más dos tercios de la población activa, los intercambios intraeuropeos tan solo representan el 5% del PIB continental, y más de la mitad se atribuyen al transporte y al turismo.

En diciembre del año pasado, el Consejo y el Parlamento Europeo adoptaron una directiva sobre servicios que deberá entrar en vigor antes de 2009.

Queda un largo trecho por recorrer aún para contemplar una verdadera liberalización de los servicios, tanto en Europa como en el resto del mundo, pero las nuevas tecnologías en la era digital harán saltar sin duda muchas de estas barreras, hasta que el enorme peso actual de los servicios en las economías de los diferentes países tenga un reflejo a su vez en el desarrollo de un mercado de servicios auténticamente globalizado.

Fuente: ICEX





I + D en España

De los seis indicadores utilizados en el estudio, España lidera uno, el de inversión en nuevas tecnologías, y sigue de farolillo rojo en el que mide la productividad laboral

España supera la media europea en la valoración global que mide el progreso económico y social realizado por 14 países europeos para cumplir los objetivos de la llamada Agenda de Lisboa, que pretende hacer más competitiva la UE. De los seis indicadores utilizados en el estudio, España lidera uno, el de inversión en nuevas tecnologías, y sigue de farolillo rojo en el que mide la productividad laboral.

España empieza a converger con la media europea en I+D+i. En el año 2000 el gasto español era del 0,91% del PIB y la diferencia era de 0,96 puntos respecto a la media de la Unión Europea, seis años después el gasto se ha elevado al 1,16% del PIB y la brecha se ha reducido a 0,68 puntos, según la última estadística de Eurostat (Servicio de Estadística de la Unión Europea) publicada recientemente.

No obstante, España aún queda muy lejos del gasto total de los socios más representativos desde el punto de vista

económico de la UE, que invierten el doble en investigación, desarrollo e innovación, y aún más lejos de otras naciones, como EE UU o Japón, donde el gasto supera el 3% del PIB.

Un caso paradigmático de esta última situación es el de Finlandia, un país que



gasta desde el año 2000 de forma invariable el 3,4% del PIB en I+D+i y que le ha permitido, entre otras cosas, contar con una multinacional (Nokia) que fue la décima empresa del mundo que más patentes solicitó en 2007, con 822 solicitudes.

España no cuenta con ninguna empresa entre las 50 del mundo que más patentes solicitan y este es uno de los grandes déficit del sistema científico en España (la escasa participación del sector privado). Por cada patente que solicita una empresa española, las empresas alemanas solicitan 24 y Francia 8, según los últimos datos de la Agencia Europea de Patentes.

La Agenda de Lisboa, que marca los objetivos europeos en esta materia, establecía que en 2010 el gasto nacional en I+D+i llegaría al 3% del PIB y que el sector privado sería capaz de ejecutar el 66% del gasto privado. España, al partir de posiciones más retrasadas, tuvo que revisar

a la baja el objetivo de gasto y se fijó como meta alcanzar el 2% del PIB en 2010, mientras que mantuvo el objetivo del 66% para la participación del sector privado.

Empleo cualificado

España también aparece por debajo de la media comunitaria en la generación de empleo cualificado para investigadores e ingenieros, que representan el 4,3% del total de las personas en activo, mientras que la media de los socios comunitarios llega al 4,8%.

Mejor parada sale si se contempla la creación de empleo cualificado. Según Eurostat, hay 14,3 millones de trabajadores comunitarios empleados en sectores de media y alta tecnología. En la clasificación regional, que está encabezada por Lombardía (Italia), con 448.000 empleos, aparece Cataluña en tercera posición, con una fuerza laboral de 286.000 empleados.

En la creación de empleo en tareas intensivas en conocimiento (fundamentalmente relacionadas con la investigación), España también aparece destacada por encima de la media comunitaria.

De los 77 millones de personas que

hay empleadas en estas actividades (el 35,9% del total de los trabajadores comunitarios), cerca de tres millones están trabajando en España. En la clasificación de las veinte regiones que más empleo crean en toda la Unión Europea aparece Madrid, con 1,1 millones de empleos, Cataluña, con 936.000, y Andalucía, con 769.000 puestos de trabajo

Cifras

- Gasto: España gastó 11.382 millones de euros en I+D+i en 2006. Suecia, Francia, Italia y Alemania lo superan con creces.
- Empleo: Bélgica es el país de la UE que más investigadores emplea sobre el total de sus trabajadores (un 7,9%).
- Innovación: Alemania tiene ocho regiones, en las que el número de trabajadores de alta cualificación supera el 15% del total

Fuertes diferencias entre comunidades autónomas

El sistema español de ciencia y tecnología muestra fuertes asimetrías entre regiones a la hora de realizar gasto y generar empleo en materia investigadora. De los más de 11.000 millones de gasto en 2006, más del 80% correspondió a cuatro comunidades autónomas (Madrid, Cataluña, Andalucía y País Vasco).

Especialmente significativos son los casos de Madrid, con un gasto de 3.415 y 2.614 millones de euros respectivamente, frente a otras regiones como Aragón o Castilla La Mancha, con un gasto que apenas supera los 250 millones de euros en cada uno.

La fuerte concentración industrial, empresarial y universitaria en las grandes urbes condiciona la intensidad del gasto privado en esas regiones.

De los más de 5.500 millones de euros que se gastó el sector privado en 2006 para actividades de I+D+i, más de 4.500 corresponden a gasto procedieron de compañías con sede en Madrid, Cataluña y País Vasco. La industria farmacéutica, con un 9,2% del total del gasto, y la aeronáutica, con un 8,1%, son las dos más intensivas en actividades innovadoras y la mayoría de multinacionales están asentadas en esas tres regiones.

Ese factor es el que provoca que sólo haya cuatro comunidades autónomas (Madrid, Navarra, País Vasco, y Cataluña) que superen la media nacional (1,16% del PIB) de gasto.

La primera en la clasificación es Madrid, que destinó un 1,98% del PIB regional, seguida por Navarra (1,92%), País Vasco (1,60%) y Cataluña (1,43%).

Las diferencias entre regiones también son evidentes en el gasto procedente de la administración pública. De los 5.000 millones de euros que se gastaron en 2006, más de 1.300 correspondieron a Madrid, 900 a Cataluña y 527 a Andalucía.

Según datos recogidos en el Instituto de Estadística (INE), el gasto total en innovación tecnológica realizada en Castilla La Mancha en el año 2006 fue de 267.326 millones de euros, situándonos entre las últimas comunidades de España, por delante de Murcia, Islas Baleares, La Rioja, Cantabria y Extremadura.

Fuente: INE





La Cámara de Comercio de Ciudad Real es la Institución que más contribuye a la creación de empresas en Ciudad Real.

Comprometiéndonos activamente con tu proyecto. Desde el inicio, mediante la elaboración de un Plan de Empresa en nuestros Viveros, hasta su consolidación.

Compruébalo. Estás en tu Cámara.

Cámara de Ciudad Real

Calle Lanza, 2 13004 CIUDAD REAL
Tel. 926 27 44 44 - Fax 926 25 38 13
info@camaracr.org - www.camaracr.org

Cámara

Ciudad Real

Contigo

Prodevisa asegura el triunfo de Sandevid sin alcohol

❑ **Prodevisa se mostró confiada** del triunfo del nuevo Sandevid sin alcohol en la feria barcelonesa Alimentaria. Los profesionales que visitaron su expositor y probaron el nuevo Sandevid sin alcohol dijeron que sabía igual o mejor que el tradicional. Además, también generó mucha actividad e interés comercial, por contar con él ante la primavera y el inmediato verano, ya que se trataría del primer tinto de verano "sin alcohol" de España.

Anro construirá el armazón de la refinería de la Rábida

❑ **La empresa Industrias Metálicas Anro**, de Tomelloso, participa en la ampliación de la refinería Cepsa en La Rábida (Huelva). El objetivo de este proyecto es duplicar la capacidad de producción de gasóleos y querosenos para la aviación de la refinería onubense. Anro se encargará de la fabricación y montaje de varias estructuras de edificios industriales de la refinería, empleando más de un millón de kilos de acero.

Seis vinos de la provincia entran en la "The Wine Advocate"

❑ **Seis vinos de la provincia** de Ciudad Real han sido calificados con más de 80 puntos por el prescriptor más influyente del mundo vitivinícola, Robert Parker. Estos vinos son: el Lince 2006, de Bodegas El Linze; el Vitis Terrarum Tempranillo 2005 y Vitis Terrarum Cabernet-Sauvignon 2005; de Bodegas Vitis Terrarum; Old Vines Gran Reserva 2001 y, finalmente, Old Vine Reserva y Old Vine Crianza, de Bodegas Navarro López.

Olimpo quiere reforzar su presencia en Rusia

❑ **La empresa Olimpo** se ha marcado como meta para este año explotar su presencia en el mercado exterior. La compañía ciudadrealeña, que está presente en más de 30 países, quiere afianzarse en el mercado ruso porque considera que ofrece "muchas posibilidades". Del total de ventas, un 15% procede de la exportación, donde Europa, Estados Unidos, América Latina, Japón y Oriente Medio son los principales mercados.



Calzada tendrá la mayor central solar fotovoltaica de la provincia

❑ **Calzada de Calatrava** contará en los próximos meses con la mayor central solar fotovoltaica de la provincia de Ciudad Real una vez entre en servicio la planta que está construyendo la empresa Solaer, que tendrá capacidad para generar hasta diez megavatios de energía eléctrica, suficientes para satisfacer la demanda de ocho mil hogares.



Ellinze, primer vino elaborado con "syrah" y "tinto velasco"

❑ **Bodegas Ellinze**, de Argamasilla de Alba, ha presentado el primer vino elaborado con syrah y tinto velasco. Se trata de un vino joven, con tres o cuatro meses en barrica nueva de roble francés, y sobre todo, un vino muy afrutado que juega con la fruta y frescura del syrah y la distinción que aporta el tinto velasco.



Los vinos de Ciudad Real consiguen 21 medallas en los "Bachus 2008"

❑ **Los vinos de la provincia** de Ciudad Real han conseguido 21 premios en la VIII edición del Concurso Internacional Bachus 2008, organizado por la Unión Española de Catadores (UEC). En concreto, las bodegas ciudadrealeñas han recibido seis oros y quince platas. Los vinos de Ciudad Real han recibido la mitad de los premios en una edición que registró cifras récord tanto de visitantes como de catadores internacionales.

Cabanes "participa" en la Expo de Zaragoza

❑ **La empresa Tecnología y Diseño Cabanes**, especializada en la creación de moderno mobiliario urbano, ha sido seleccionada para fabricar y montar en Zaragoza una larga barandilla iluminada de 2.000 metros de longitud, en las inmediaciones de la estación del AVE, antesala de la Expo que abre sus puertas en junio.

Castilla-La Mancha produce el 44% del biodiésel nacional

El biodiésel cuenta con un total de veintitrés plantas en toda España, comercializándose en más gasolineras

Los biocarburantes van ganando terreno poco a poco, pero todavía les queda mucho para convertirse en un referente en la demanda de carburantes en España. Dentro de la vida cotidiana el uso de los biocombustibles va avanzando pero de modo lento. La Comisión Europea los respalda como una de las garantías para poder reducir el CO2 en las emisiones de vehículos, ante lo cual ha obtenido una respuesta de amplia acogida en Castilla-La Mancha.

En 2007 la producción de biodiésel ascendió a 305.000 toneladas a través de ocho empresas del sector en la región, y supuso el 43,95% de la producción na-

PRODUCCIÓN DE BIOCARBURANTES EN CLM		
A. Biodiésel (toneladas)		
Total CLM en producción	305.000	
Total España (%)	43,95	
B. Bioetanol (toneladas)		
Total CLM en producción	26.000	
Total España (%)	14,00	

ni compita en el mercado alimenticio. De esta manera, no llevaría implicada la deforestación y no causaría una subida de precios desde el primer eslabón de la cadena alimenticia. Además existen otros problemas añadidos: el gran déficit en la logística específica para biocombustibles, dada su imposibilidad de distribuir-

concretamente, por lo que esta modalidad se destina, sobre todo, a las refinerías para elaborar el aditivo ETBE, con el que se consigue aumentar el octanaje de las gasolineras.

El uso del biodiésel está más extendido y cuenta con un total de 23 plantas en España, comercializándose en más gasolineras. El biodiésel tiene una ventaja sobre el bioetanol y es que cualquier coche puede consumir, sin problemas, un combustible 100% biodiésel, frente a un 15% máximo que absorbería gasolina de bioetanol. De todas maneras, su principal impedimento lo encuentra en las elevadas importaciones de EEUU, ya que España



cional. En bioetanol, la producción fue de 26.000 toneladas, un 14% de la producción nacional.

Pese a la relevancia de estas cifras, el desarrollo de esta nueva tecnología tiene importantes trabas que dificultan su expansión. Uno de estos impedimentos es la continua subida de precios de las materias primas y la no existencia de un ciclo de producción sostenible, basado en energías limpias. El reto de esta tecnología se basa en un modelo de producción a partir de biomasa que no sea natural

los a través de las grandes compañías que operan en el territorio nacional, y sólo puede realizarse por medio de camiones cisterna.

En el caso del bioetanol, no existe una infraestructura generalizada de surtidores disponibles para su distribución; sólo cinco en la actualidad, ni tampoco una flota de coches suficiente para su expansión; sólo unos 3.000 en España. En otro nivel, la nueva Ley nacional de Hidrocarburos establece una limitación legal en la mezcla de bioetanol con gasolina, un 5%

es un país deficitario y en el país americano tiene menor coste de producción

El compromiso de Bruselas de contar en 2020 con un 10% de la producción parece complicado ya que en 2006 sólo un 0,44% de la producción correspondía a las energías renovables.

En cualquier caso, la nueva Ley de Hidrocarburos establece exigentes niveles de producción en los próximos años, que sitúan en 2010 un 5,83% de la producción total nacional de combustibles.

La directiva sobre cambio climático fija un límite único de reducción de emisiones

El paquete legislativo de la Comisión Europea obedece a criterios de eficacia pero también de equidad. Así presenta el Ministerio de Medio Ambiente el nuevo Plan de acción sobre el clima y las energías renovables que entrará en vigor en 2012, fecha en la que expira el Protocolo de Kyoto, y que incorpora, por primera vez, el establecimiento de un límite único para toda la Unión Europea en lugar de 27 planes de asignación nacional para cada estado miembro.

Esta es la principal medida adoptada por la Comisión Europea para cumplir con los objetivos marcados para 2020: disminuir en un 20% las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) con respecto a 1990 (que se elevará al 30% en caso de acuerdo internacional), y conseguir que el 20% del consumo provenga de fuentes renovables y el 10% del transporte se alimente de biocombustible.

Un 21% menos

Así, los sectores cubiertos por la directiva, que aglutina a todos los grandes emisores industriales, incluida la industria química y de aluminio, deberán disminuir globalmente en un 21% las emisiones emitidas en 2005. Los sectores difusos (no incluidos en el comercio de derechos de emisiones de CO2, como la agricultura, la vivienda o el transporte) contribuirán conjuntamente a esta reducción en un

10%, que variará entre un -20% y +20% según la riqueza de cada nación. De esta forma los países menos desarrollados podrán seguir cre-

ciendo en algunos sectores.

Otra de las novedades del paquete de medidas es que a partir de 2013 los derechos de emisión se concederán me-

diante subasta a cada país en función de su PIB per cápita para compensar los costes de inversión, en lugar de gratuitamente como hasta ahora.

MES DEL SEGURO

Por fin toda la seguridad

en pequeñas cuotas



Disfrute de su seguro al máximo, pagando lo mínimo. Porque en Unicaja, si contrata un Seguro de Vida Unificada Anual Renovable (1), un Seguro Multirisgo Hogar XXI (2) o ambos, dispondrá de un pago fraccionado (3) para que lo pague cómodamente. Y si lo hace del 1 de abril al 30 de mayo de 2008, se llevará un práctico regalo.

REGALOS (4)	
SET DE COCINA AL VAPOR RECOMENDADO POR SERGI AROLA	VIDEOCÁMARA DIGITAL TOP 158A
Si contrata uno de los seguros.	Si contrata ambos seguros a la vez.

RECOMENDADO POR SERGI AROLA

1 www.unicajas.es 901 246 246 - 952 076 263



(1) Seguro de Vida Unificada Anual Renovable. (2) Seguro Multirisgo Hogar XXI. (3) Pago fraccionado. (4) Regalo de promoción limitado a un número de unidades. © 2008 Unicaja. Todos los derechos reservados. Información sobre productos y servicios en www.unicajas.es. El seguro de Vida Unificada Anual Renovable y el Seguro Multirisgo Hogar XXI son productos de la Compañía de Seguros y Reaseguros de Vida, Seguros y Reaseguros de Vida Unificada Anual Renovable, S.A. del Grupo de Seguros y Reaseguros de Vida Unificada Anual Renovable, S.A. (Solvencia y Garantía de Pagos). El Seguro Multirisgo Hogar XXI es un producto de la Compañía de Seguros y Reaseguros de Vida Unificada Anual Renovable, S.A. del Grupo de Seguros y Reaseguros de Vida Unificada Anual Renovable, S.A. (Solvencia y Garantía de Pagos). El Seguro Multirisgo Hogar XXI es un producto de la Compañía de Seguros y Reaseguros de Vida Unificada Anual Renovable, S.A. del Grupo de Seguros y Reaseguros de Vida Unificada Anual Renovable, S.A. (Solvencia y Garantía de Pagos). El Seguro Multirisgo Hogar XXI es un producto de la Compañía de Seguros y Reaseguros de Vida Unificada Anual Renovable, S.A. del Grupo de Seguros y Reaseguros de Vida Unificada Anual Renovable, S.A. (Solvencia y Garantía de Pagos). El Seguro Multirisgo Hogar XXI es un producto de la Compañía de Seguros y Reaseguros de Vida Unificada Anual Renovable, S.A. del Grupo de Seguros y Reaseguros de Vida Unificada Anual Renovable, S.A. (Solvencia y Garantía de Pagos).

El "impuesto verde" dispara la venta de coches ecológicos

Sus matriculaciones crecieron en enero más de un 28%; y en febrero, un 47,56%

El impuesto de matriculación sufrió el 1 de enero una transformación histórica al convertirse en un tributo ecológico que prima a los coches que emiten menos dióxido de carbono.

El resultado es que las ventas de turismos que están exentos de pagar el impuesto (al emitir 120 gramos de CO2 o menos, a la atmósfera (se está disparando en un mercado en plena recesión. Sus matriculaciones crecieron en enero más de un 28%; y en febrero, un 47,56%, lo que indica una subida en el acumulado del año del 38%, hasta 40.075 unidades.

A este segmento corresponden desde los modelos híbridos que combinan un motor de gasolina con otro eléctrico, a los pequeños utilitarios y las versiones con menos caballos. Todos ellos han pasado de pagar un tributo del 7% a un 0%.

El acelerón de estos turismos contrasta con el retroceso del 6% en el conjunto del mercado de coches por el freno

zo del consumo. De hecho, descienden las ventas totales de coches de los otros tramos (los que emiten más de 120 gramos de CO2) en que se divide el nuevo impuesto. Destaca el desplome de un 47% de los vehículos más contaminantes, aquellos que producen más de 200 gramos de dióxido de carbono.

Parte de esta caída se explica por el adelanto a diciembre de las ventas de los modelos que iban a ser penalizados a partir del 1 de enero. Aunque los más beneficiados son los turismos que expulsan menos de 120 gramos de CO2 a la atmósfera, la reforma también ha reducido el impuesto a otro millón vehículos, que han pasado de pagar una media del 7% a un 4,75% desde el 1 de enero.

Esta tendencia continuará en los próximos meses, ya que algunas marcas están detectando una mayor demanda de los turismos con motores menos potentes y que, por lo tanto, pagan menos impuesto. Tras el castigo a los turismos

más contaminantes, las marcas trabajan a marchas forzadas para lanzar al mercado, versiones de sus modelos que consuman menos carburante.

Al mismo tiempo, los fabricantes preparan la comercialización de nuevos turismos de reducidas dimensiones con menor consumo. Paralelamente, las marcas están incluyendo el respeto por el medio ambiente en sus campañas publicitarias para posicionarse como la firma más ecológica del mercado.

- Desde el 1 de enero, el impuesto de matriculación se ha convertido en un tributo ecológico que favorece a los modelos que emiten menos dióxido de carbono.

- El impuesto se divide en cuatro tramos: igual o menos de 120 gramos de CO2 con un tipo cero; entre 121 y 159 gramos, que tributará al 4,75%; entre 160 y 199 gramos, que pagará un 9,75%; y 200 gramos o más, con una tasa del 14,75%.

- Hasta ahora, había dos tramos: uno del 7% para los vehículos de gasolina de menos de 1.600 centímetros cúbicos (cc) y los diésel hasta 2.000 cc, y otro del 12% para los de motorización superior.

- Tras la reforma, 1,1 millones de coches, un 70% de total de 2006, pagará menos impuestos a partir del 1 de enero, al pasar de una tasa del 7% a una media del 4,75%. Los más beneficiados son más de 125.000 automóviles, que al emitir menos de 120 gramos no pagarán ni un euro.

- Un vehículo emite más o menos CO2 según el consumo de combustible: a más consumo, más emisiones, y viceversa. Esto quiere decir que los coches más pesados y grandes, como los todo terrenos, emiten más CO2 y pagan más.

LA CARRERA DE LOS TURISMOS VERDES

Ventas de coches según el impuesto de matriculación

Tramos por emisiones CO 2 (grs. Por Km.)	Enero	Febrero	Total	Variac. 07-08 (%)
0-120	17.609	22.466	40.075	38,5 %
121-159	59.102	72.679	131.781	-3,04 %
160-199	25.005	20.054	40.059	-22,57 %
=ó>200	4.579	6.035	10.614	-47,69 %
TOTAL	101.295	121.234	222.529	-6,05 %

Crear empresas en Ciudad Real es más fácil

Ventanilla Unica Empresarial



Un único lugar para:

- . Orientar*
- . Tramitar y*
- . Agilizar*

SEDE:
Cámara de Comercio e
Industria de Ciudad Real

C/ Lanza, 2
13004 Ciudad Real
Castilla La Mancha

Tel: 926 27 17 68
Fax: 926 22 70 11
ciudadreal@ventanillaempresarial.org
<http://www.ventanillaempresarial.org>
[Http://www.vue.es](http://www.vue.es)





Nuevo Audi A4. Un automóvil como nunca se ha creado antes.

Llegar donde nunca se ha llegado antes exige hacer las cosas de una forma diferente. Sólo de este modo ha podido crearse el nuevo Audi A4. Un automóvil que permite disfrutar de la conducción de una manera verdaderamente nueva. Nueva, porque gracias a la incorporación de tecnologías tan avanzadas como el Audi drive select, la dirección dinámica o la amortiguación regulable, puede variar su comportamiento adaptándose a las necesidades de su conductor. Nueva, porque es más deportivo y confortable que nunca, más amplio y poderoso, con una potente gama de motores FSI y TDI extremadamente eficientes y respetuosos con el medio ambiente. Nueva, porque es mucho más que un nuevo automóvil. Es una forma de entender la conducción como nunca había existido antes.

Tresa Automoción
Pol. Ind. La Estrella - Segadores, 24
13170 Miguelturra
Tel. 926 27 21 64

