



CARTA EDITORIAL

Se recuperan las exportaciones

Santiago MATEO SAHUQUILLO (*)

Las exportaciones de las empresas castellano-manchegas se han ido recuperando el año pasado respecto a un ejercicio, como el del 99, en que las ventas al exterior cayeron en un contexto de crisis económicas en países de Asia e Hispanoamérica. La situación del euro respecto al dólar también han contribuido a este aumento de las ventas al exterior, porque el hecho de que la moneda única se haya cotizado a la baja ha provocado que nuestras exportaciones hayan sido más competitivas en el mercado global que es el comercio exterior.

Sigue existiendo un déficit comercial en nuestra región, al haber un mayor volumen de importaciones respecto a las exportaciones, pero también en este último año se nota que el crecimiento de las importaciones ha sido menor al de otros años. Que nuestra región compre productos fuera de España no tiene porqué ser interpretado de forma negativa, puesto que, también significa que las empresas compren fuera productos para terminar de elaborarlos aquí. El problema surge si lo que aumenta es la importación de productos ya terminados, porque viene a poner de manifiesto que existe un déficit que no está cubierto.

La diferente estructura económica de nuestras provincias nos dan una idea de sus exportaciones. Por este motivo, Toledo con un mayor número de empresas en la región es la que también cuenta con una mayor exportación y Guadalajara, con grandes empresas automovilísticas, es la que acumula una mayor importación. Pero una importación que, en muchas casos, se trata del producto intermedio que decíamos antes para terminar de elaborar el producto en España, con lo cual es una importación que no debe ser entendida como un lastre sino más bien como la base para aportar valor añadido a nuestra propia producción.

Para finalizar, señalar que Europa sigue siendo el principal destino de nuestras exportaciones y es necesario buscar mercados más lejanos.

(*) Santiago Mateo Sahuquillo, editor de ECONOMÍA Y EMPRESAS DE CASTILLA-LA MANCHA

2001: El año de transición al euro

M^a VICTORIA LÓPEZ VALCÁRCEL

DIRECTORA EURO INFO CENTRE CECAM (CON SEDE EN FEDA)

La introducción del euro creará un importante mercado interior que modificará el entorno comercial de todas las empresas de la zona del euro, tanto de aquellas que operan sólo en su mercado nacional como de las que trabajan en varios mercados de la zona euro.

Para poder mantener su actividad, las empresas tendrán que prepararse activamente. El principal reto para las empresas, al igual que para el resto de la sociedad, es adquirir la capacidad de utilizar el euro con la misma soltura que la peseta.

De hecho, las empresas de nuestra región que están introduciendo el euro durante el período de transición se están enfrentando con la realidad que supone realizar conversiones a euros. Una vez asimilado el tipo de cambio y las reglas de redondeo, las empresas se encuentran con que deben establecer políticas de precios, estadísticas, presupuestos, tendencias históricas, analizar apuntes contables, etc., en la nueva moneda. Como consecuencia de ello, podemos decir que las empresas que no se hayan preparado interna o externamente en lo que queda de este año, se encontrarán con considerables dificultades.

Por lo que respecta a las transacciones en efectivo, las monedas nacionales se eliminarán progresivamente, principalmente durante las dos primeras semanas de 2002 y en la mayoría de los países dejarán de ser de curso legal al final de febrero. En España la peseta perderá curso legal el 1 de marzo de 2002.

En el Euro Info Centre (Euroventanilla) de la Confederación Regional de Empresarios de Castilla-La Mancha, con sede en la Confederación de Empresarios de Albacete (Fedea), conscientes de la necesidad de nuestras empresas de estar preparadas ante la aplicación efectiva del euro, venimos informando a éstas sobre el euro desde hace ya varios años y estaremos dedicados a ello, durante todo el 2001.

Esto lo haremos a través del Boletín de nuestro EIC, la página web, seminarios prácticos sobre el euro, y en la sede de la Euroventanilla (EIC) atendiendo las peticiones puntuales de información de nuestras empresas. Para todo



En la imagen, M^a Victoria López Valcárcel.

ello contaremos con la sinergia y cooperación de muchas otras instituciones nacionales involucradas en la transición al euro, del resto de España y de la Unión Europea.

Conviene insistir en el hecho de que el principal punto de encuentro de los ciudadanos con la nueva moneda va a ser el ámbito de los servicios, especialmente el comercio y la hostelería. Por eso, es absolutamente imprescindible la labor de los comerciantes ante el fenómeno de la introducción del euro para inspirar confianza al consumidor.

El comercio, la hostelería y el turismo van a asumir, pues, un papel estratégico fundamental en esta importante etapa de la economía de nuestro país, y por supuesto de la región.

Por ello, Fedea a través de la Confederación Regional de Empresarios de Castilla-La Mancha participa, en colaboración con la Dirección General de Consumo de la Consejería de Sanidad de Castilla-La Mancha y otras entidades y organizaciones, en la creación del Observatorio Regional del Euro, a fin de facilitar, tanto a las empresas y comercios como a los propios consumidores la transición a dicha moneda.

Ello ha supuesto la puesta en marcha de una Programa, llevado a cabo en Albacete por el Euro Info Centro (EIC), ubicado en FEDA, encuadrado dentro del conjunto de actuaciones que la Unión Europea lleva a cabo con tal motivo.

Este programa ha consistido en una serie de charlas informativas por toda la provincia para explicar a las empresas las ventajas de utilización del euro en sus comercios y la posibilidad de suscribir este compromiso voluntario por el que se adhiere al Código de Buenas Prácticas.

A través de este compromiso, las empresas y los comercios se comprometen, básicamente, a facilitar a sus clientes los precios de los productos y servicios que ofrecen tanto en pesetas como en euros, así como una serie de compromisos informativos que, sin duda, harán más fácil el tránsito a euro.

Todos estos compromisos facilitarán, sin coste alguno por parte de la empresa, la posibilidad de exhibición en su establecimiento de un logotipo, creado y reconocido a nivel europeo, con el que sin duda potenciará la imagen de calidad, frente al cambio, de su establecimiento, previendo y adelantándose a las consecuencias que la llegada de la moneda única conllevará tanto para las empresas como para los consumidores de toda la Unión Europea.

El Código de Buenas Prácticas se configura así como la oferta que los sectores comercio, turismo y hostelería realizan a los consumidores, para tranquilidad y beneficio de todos.

Este Código surge a través de un acuerdo, a escala nacional, en el seno de la Comisión especial Observatorio Consumo-Empresa, en el que han participado representantes de los consumidores y usuarios, empresas y Administraciones Públicas, y que se inspira en las recomendaciones de la Comisión Europea.

Hay que insistir en que la adhesión al mismo es voluntaria para los comerciantes quienes, una vez asumido su contenido, identificarán su establecimiento con un distintivo auspiciado por la Comisión Europea y utilizado por los países del euro.

En la actualidad un centenar de comercios en nuestra provincia han suscrito este compromiso y esperamos que en los meses sucesivos se amplíe el número de los mismos.