

**Pablo
Martín
González**

Técnico
Comercial del
Instituto Español
de Comercio
Exterior



¿FRENAZO EXPORTADOR EN CASTILLA-LA MANCHA?

EL pasado mes de julio, la delegación territorial de ICEX en Castilla-La Mancha daba a conocer, como cada verano, sus previsiones de comercio exterior para el conjunto del año. Y saltó la noticia: el valor de las exportaciones de Castilla-La Mancha crecerá en 2007 a un ritmo del 2,6%. El dato que a primera vista podría parecer positivo (se trata de crecimiento, al fin y al cabo), suponía en realidad un claro frenazo en la evolución exportadora de nuestra región, teniendo en cuenta que en 2006 el avance supuso el 6,4%. Pero si además consideramos que la previsión de crecimiento de las importaciones se encuentra para este año en un 32%, imaginen la debilidad para nuestra balanza comercial, y por tanto, para el conjunto de la economía castellano-manchega.

La noticia del frenazo exportador generó un cierto revuelo en los corrillos económicos de la región, ya que se estaba «metiendo el dedo en la llaga» de un tema espinoso para las instituciones dedicadas a la promoción de exportaciones, en la cual los recursos empleados parecían no tener un efecto claro en las cifras. El dato era significativo además por la buena evolución que habían tenido nuestras exportaciones últimamente: 30% acumulado en los últimos 3 años y un 100% en la última década, crecimientos que han sido fruto del buen hacer de empresas e instituciones de la región en materia internacional.

Sin embargo, este nuevo dato desconcertante ha hecho saltar algunas alarmas: ¿se trata de un punto de inflexión en nuestra capacidad exportadora, o por el contrario será algo puntual consecuencia de una coyuntura de la que saldremos? Veamos, para ponernos en contexto, que está pasando con las exportaciones del resto de España y de algunos vecinos europeos.

En el conjunto de España el crecimiento estimado para 2007 se sitúa en un 6,8%, con Castilla-La Mancha entre las cinco comunidades autónomas con peor comportamiento

en evolución de las exportaciones en lo que llevamos de año. Por su parte, en el conjunto de la UE-25, la evolución en el primer cuatrimestre está siendo similar al crecimiento experimentado por España, destacando los nuevos miembros del Este y las potentes Alemania e Italia con crecimientos superiores a los dos dígitos. Por tanto el frenazo parece estar afectando más a nuestra región que a nuestro entorno, donde el ritmo exportador sigue creciendo de forma aceptable. A la vista de estos datos: ¿Por qué Castilla-La Mancha está vendiendo menos al exterior? ¿Qué tienen otros que no tenemos nosotros?

En primer lugar hay que mencionar la fortaleza del euro en relación al dólar, que en los nueve primeros meses de 2007 viene cambiándose a un tipo medio de 1,34 con máximos actualmente por encima de 1,40 dólares por euro. Esta tasa de cambio está perjudicando claramente las exportaciones desde la UE en relación a otros países (somos más caros), y especialmente las ventas a los países más ligados a la moneda americana. Pero la debilidad del billete verde no es un motivo que explique por sí sola la eventual debilidad de las ventas al exterior desde Castilla-La Mancha, pues más de tres cuartas partes de nuestras exportaciones son a países de la UE, con lo que el tipo de cambio afectaría poco.

En segundo lugar, la potencia exportadora de las economías china (e india en menor medida), así como la pujanza de los nuevos miembros de la Unión de Europa del Este, países con la ventaja competitiva del precio por sus menores costes de producción, están endureciendo la competencia con las exportaciones tradicionales europeas.

«La noticia del frenazo exportador generó un cierto revuelo en los corrillos económicos de la región, ya que se estaba «metiendo el dedo en la llaga» de un tema espinoso para las instituciones dedicadas a la promoción de exportaciones»

«Es justo reconocer el esfuerzo del tejido empresarial manchego por salir fuera y buscar socios comerciales fuera de España y fuera de Europa»

En tercer lugar, y quizás uno de los motivos de mayor impacto en el descenso de nuestras ventas al exterior, reside en la naturaleza de nuestras exportaciones. En un contexto en que nos es difícil competir con la ventaja de «precios bajos», donde los perjudicados son los bienes de consumo y algunas partidas agroalimentarias, y las buenas ventas deberían estar avaladas por el valor añadido del producto, la calidad y la innovación. Ni por costes de mano de obra, ni por costes de materia prima podemos entrar en confrontación con los mercados antes citados. Como ejemplo la evolución de las exportaciones de Alemania (que crecieron un 12% en 2006 respecto a 2005) e Italia (incremento del 13%), muestras respectivamente de exportadores de productos tecnológicos y agroalimentarios con alto valor añadido, también conocidos como «gourmet». Y es que

el comprador de mercados lejanos es muy consciente de que lo bueno tiene un precio, y éste se paga.

Pero no todo son puntos negros en el panorama exportador de Castilla-La Mancha. Es justo reconocer el esfuerzo del tejido empresarial manchego por salir fuera y buscar socios comerciales fuera de España y fuera de Europa. Como ya hemos dicho, en una perspectiva a más largo plazo, el comportamiento de la región está siendo positivo en los últimos años y es digna de mención la evolución de las partidas agroalimentarias en general y del vino en particular; con unos caldos manchegos en un proceso de transición desde la exportación de grandes volúmenes a granel, hacia unos vinos de calidad embotellados. Caso similar al del queso manchego, un producto de calidad y reconocido, que está destinando más del 40% de sus ventas fuera de España. Quizás éste deba ser el camino a seguir para otros sectores manchegos.

Para terminar con esta reflexión sobre el frenazo exportador de Castilla-La Mancha, desde el Instituto Español de Comercio Exterior queremos lanzar un mensaje de ánimo pero también de advertencia, al empresario regional.

Para la empresa ya exportadora: no se relaje pensando que todo está hecho. Muy al contrario, busque nuevos mercados, diversifique, trate de hacer nuevos socios comerciales, porque en cualquier momento su comprador de toda la vida puede decidir no serlo.

Y para la empresa que aún no exporta y que pueden lanzarse a la aventura de la exportación, porque cuenta con los recursos para hacerlo: ¿a qué está esperando para ponerse manos a la obra? Nosotros queremos ayudarle.

CONVOCATORIAS

PREMIO JOVEN EMPRESARIO ALBACETE

AJE de Albacete ha hecho públicas las bases del Concurso de Ideas para el diseño de la 8ª Edición del Premio Joven Empresario de Albacete, para la elaboración del cartel y trípticos de esta próxima edición.

Participantes: Podrán participar todas las empresas de diseño de Castilla-La Mancha, que reflejen a través del diseño, el objetivo de estos premios, que son la Promoción empresarial, el reconocimiento al trabajo y espíritu emprendedor de los Jóvenes, y premio al esfuerzo y riesgo al que tiene que hacer frente este joven colectivo.

Plazo y lugar: El plazo de presentación de ideas sobre el cartel de la 8ª Edición del Premio Joven Empresario, comenzará el 25 de Septiembre y quedará abierto para recibir trabajos hasta el 29 de Octubre. Solicitar las bases en AJE Albacete, C/ Ríos Rosas, 15 entreplanta. Telef. 967609090,

gerencia@ajealbacete.com
Los trabajos se presentarán en soporte informático y papel, durante el plazo, en la sede de Aje Albacete, C/ Ríos Rosas, 15 entreplanta.

Cartel: El cartel tendrá un tamaño de 43 x 62,5 cm, aproximadamente, dentro del cual habrá espacios para AJE como entidad organizadora, Patrocinadores, Colaboradores, y Sponsor.

Trípticos: Los trípticos contendrán en su parte interna, las bases de la 7ª Edición del Premio Joven Empresario, y por su parte externa, los logotipos de AJE, Patrocinadores, Colaboradores y Sponsor. Una vez decidido el cartel ganador, se facilitarán las bases de dicho premio a la empresa seleccionada.

Fallo: El 19 de octubre, la Junta Directiva de AJE realizará un estudio de los trabajos recibidos y procederá al fallo del Cartel Ganador, haciéndose público desde ese mismo instante.

Premio: De entre todas las ideas recibidas, se hará una selección y la empresa ganadora participará en el Premio Joven Empresario de Albacete en calidad de Sponsor con las siguientes condiciones: Aparición del logo de la empresa, el día de la presentación del premio; Logotipo de la empresa ganadora, en carteles, trípticos y paneles durante todo el periodo previo al acto de entrega del premio; aparición en todos los carteles, trípticos y paneles de fondo y demás actuaciones y actividades de promoción de estos premios.



Los premiados en el Concurso de Diseño con el consejero y el alcalde de Toledo

Jesús Caballero y Arcos Hermanos reciben los Premios de Diseño 2007

ABC

TOLEDO. El diseñador Jesús Caballero y la empresa Arcos Hermanos S.A. han recibido los galardones del Premio Castilla-La Mancha de Diseño 2007, coincidiendo con la Semana del Diseño de Castilla-La Mancha, que se celebra en Farmacia. También se entregaron dos trofeos más a las dos Menciones de Honor que el jurado otorgó a la diseñadora Laura Domínguez, de Guadalajara, y a la empresa de mobiliario Grupo Exojo de La Roda, Albacete.