



Negocio Internacional e Inversiones

2016 - 2019

Productos y Servicios para mejorar la Competitividad de la PYME
en el Negocio e Inversiones Internacionales

IMEX es la primera y más importante feria de negocio internacional y comercio exterior que se celebra en España. Anualmente ha celebrado 18 ediciones en Madrid, 7 en Andalucía, 6 en Cataluña, 5 en la Comunidad Valenciana, 4 en Castilla-La Mancha y 2 en Asturias.



Inaugurada en 2003, IMEX trabaja para mejorar la competitividad de las pymes a través de una oferta eficaz e innovadora de los productos y servicios necesarios para impulsar la internacionalización de nuestras empresas. Su atractivo reside en que ofrece a su visitante la búsqueda de la mejora de la productividad del negocio en los mercados internacionales. En IMEX la internacionalización se entiende como la optimización de las inversiones, las compras y las ventas en los nuevos escenarios del mercado global.

Durante estos 18 años se han celebrado 42 ferias en las que han colaborado las principales administraciones, entidades financieras y empresas dedicadas directa o indirectamente al negocio exterior.

2019	30 y 31 de OCTUBRE de 2019 Fundación Talavera Ferial	7 - 28
2018	17 y 18 de OCTUBRE de 2018 Palacio de Congresos de Albacete	29 - 62
2017	27 y 28 de SEPTIEMBRE de 2017 Pabellón de Ferias y Congresos de Ciudad Real	63 - 104
2016	21 y 22 de SEPTIEMBRE de 2016 Pabellón de Ferias y Congresos de Ciudad Real	105 - 144



impulso exterior

Castilla-La Mancha

Feria de Negocio Internacional e Inversiones

IV Edición

30 y 31 de OCTUBRE de 2019
Fundación Talavera Ferial



Talavera de la Reina

La 4ª edición IMEX Castilla de 500 reuniones con rep



-La Mancha cierra con más representantes de 35 países



La Feria IMEX Castilla-La Mancha 2019 cerró sus puertas después de dos días de intensa actividad en Talavera Ferial, donde se concentraron todos los agentes del sector exterior para favorecer la internacionalización de las pymes de la región. Talavera de la Reina, se ha convertido así, en el punto de encuentro de todos los profesionales que quieren a hacer negocios en mercados exteriores los días 30 y 31 de octubre. Durante estas jornadas pasaron por la feria 853 profesionales interesados en hacer negocios a nivel internacional.

Como en las tres ediciones anteriores ha estado organizada por la revista Moneda Única (www.monedaunica.net) y por la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha a través del Instituto de Promoción Exterior de Castilla-La Mancha, IPEX. Además en esta ocasión ha contado con el apoyo del Ayuntamiento de Talavera de la Reina y por su Organismo Autónomo Iniciativa para la Promoción Económica de Talavera, y de la Diputación Provincial de Toledo.

Los asistentes a la feria han sido, en su mayoría, empresarios con un claro interés en la internacionalización que han querido aprove- ▶

char la oportunidad que brinda la Feria IMEX para reunirse con asesores comerciales, jurídicos y financieros de 35 países. El interés suscitado ha sido incuestionable, especialmente por las empresas del sector servicios, llegando a realizarse más de 500 reuniones one to one.

Los asistentes a la feria también pudieron visitar los stands de las 36 empresas expositoras, asistir a 3 mesas redondas o elegir entre las 26 conferencias impartidas por expertos de cada sector (financiación empresarial, pagos y cobros, aseguramiento financiero, mercados y países con potencial para la inversión, aduanas, INCOTERMS, mercados de destino, e-commerce, etc).

IMEX Castilla-La Mancha ha contado con invitados de excepción durante la apertura institucional. Además de su presidente, Jaime Ussía, quien destacó la importancia de la internacionalización para el crecimiento de las pymes de la región, también estuvieron la consejera de Economía, Empresas y Empleo de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, Patricia Franco; la alcaldesa de Talavera de la Reina, Tita García; el presidente de la Diputación Provincial de Toledo, Álvaro Gutiérrez y el presidente de FEDETO, Ángel Nicolás García.

En su intervención, la consejera de Economía y Empresas resaltó la im-

portancia de la feria para impulsar la internacionalización de las empresas castellano-manchegas y subrayó el esfuerzo del Gobierno regional en el apoyo a la salida hacia los mercados exteriores de las empresas de Castilla-La Mancha.

Por su parte, la alcaldesa de Talavera de la Reina, Tita García, recalcó que "la Feria IMEX es una oportunidad maravillosa para vender la situación geográfica y estratégica de Talavera".

La celebración de la feria IMEX en Talavera de la Reina pone de manifiesto la apuesta que está haciendo el Gobierno de Castilla-La Mancha por reforzar el tejido empresarial del municipio.



Apertura institucional: Ángel Nicolás García, presidente de FEDETO; Álvaro Gutiérrez, presidente de la Diputación Provincial de Toledo; Patricia Franco, consejera de Economía, Empresas y Empleo de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha; Tita García Elez, alcaldesa de Talavera de la Reina y Jaime Ussía, presidente de IMEX.



Patricia Franco, consejera de Economía, Empresas y Empleo de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha y Tita García Élez, alcaldesa de Talavera de la Reina, inauguraron la feria junto con resto de autoridades.



Gutiérrez, Franco y García Élez, participaron en un programa de radio, en directo, desde la Feria IMEX.



Zona de exposición



Globalcaja.



Fedeto.



CESCE.



El Ayuntamiento de Albacete expuso en la feria. Vicente Casañ, alcalde de Albacete posa junto al resto de autoridades.



Ayuntamiento de Talavera e IPETA.



El Instituto de Promoción Exterior de Castilla-La Mancha (IPEX) mantuvo numerosas reuniones con empresarios.



La Diputación de Toledo expuso junto con los ayuntamientos de la provincia: Illescas, Seseña, Toledo, Torrijos y Yuncos.



Global Brand facilita las ventas en Amazon.



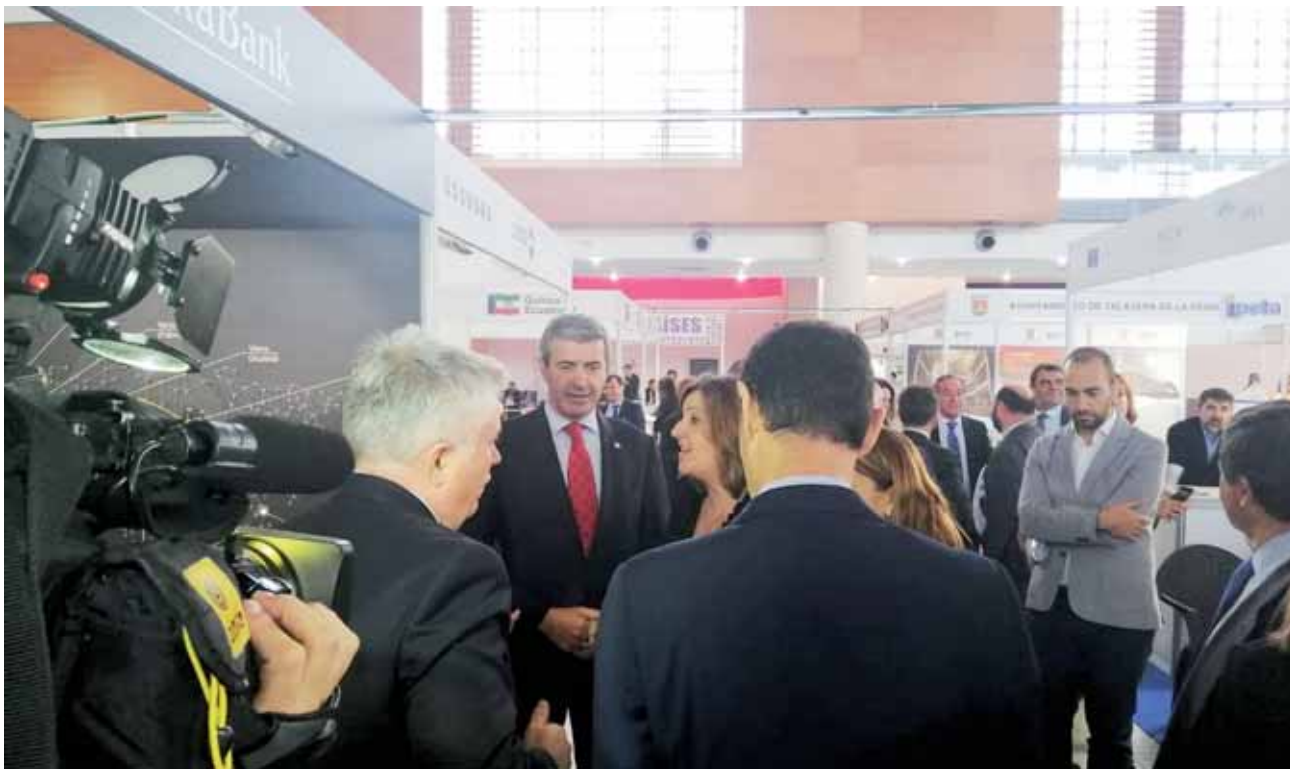
Instituto Halal.



Nantai.



Bankinter dota de servicios financieros a las PYMES exportadoras.



Directivos de CaixaBank acudieron a la cita anual de la internacionalización en Castilla-La Mancha.

Hablar

con tu banco
donde quieras
y cuando quieras



Estar cerca de las personas nos hace diferentes

Escuchar, hablar y hacer. Tres palabras que definen nuestro compromiso contigo. Escuchar es el primer paso para conocerte. Hablar donde quieras y cuando quieras, para buscar juntos las mejores soluciones. Y sobre todo hacer, que nos lleva a seguir innovando y a contribuir a una mejora responsable y sostenible de la sociedad.

Más información, en www.CaixaBank.es/EscucharHablarHacer



Cámara de Comercio de Toledo.



INAFRICA asesora para los negocios en algunos países africanos.



Icomex Campus ofrece formación a medida para la internacionalización.



Alimex.



Una docena de empresas del sector alimentación y bebidas expusieron en el apartado Alimex de la feria.

IMPULSAMOS TU PRESENCIA EN EL EXTERIOR

El IPEX te ofrece:

- Acciones de Promoción Internacional
- Ayudas a la Internacionalización
- Formación para empresas
- Asesoramiento técnico
- Captación de Inversión Extranjera

Y además los siguientes servicios:

- Servicio de Identificación de Clientes Internacionales
- Servicio de Análisis de Competidores Internacionales
- Servicio de Consultores Homologados
- Servicios especializados en destino



“Portugal, mercado de oportunidad y plataforma de acceso a los países PALOP (Países Lengua Oficial Portuguesa)”



En esta mesa redonda participaron tres embajadores: José Luis de Matos Agostinho, Embajador de la República de Angola en España; Purificación Angüe Ondo, Embajadora de Guinea Ecuatorial en España; Tito Mba Ada, Embajador de Guinea Ecuatorial en Portugal, y el director de Relaciones Institucionales y Comunicación de la Cámara de Comercio Hispano Portuguesa, Ander Vieira. La mesa estuvo moderada por D. Luis Noé, director general

del Instituto de Promoción Exterior de Castilla-La Mancha (IPEX).

En esta reunión con empresarios los embajadores manifestaron su unión, la de ser países que mantienen como lengua oficial un mismo idioma; el portugués. Se dijo que Portugal es un mercado de oportunidad para las empresas españolas ya que en el año 2018, el 7,4% de las exportaciones se dirigieron a nuestro país vecino, incrementándose en un 5% respecto al 2017 y también se puso de manifiesto que Portugal es el primer socio comer-

cial de Castilla-La Mancha, con un incremento en las exportaciones de esta región a este país del 39% en los últimos 5 años.

Además, los ponentes coincidieron en que Portugal es una plataforma de acceso a los países PALOP.

No obstante a lo anterior, se pusieron de manifiesto, y se enumeraron, algunos inconvenientes de ser países heterogéneos en cuanto a sus leyes y normativas, aunque se manifestaron más ventajas, comerciales y oportunidades de inversión para las empresas españolas.

“Libre comercio frente a proteccionismo. Nuevo escenario mundial”



Esta mesa redonda estuvo moderada por Francisco Javier Rosell Pérez, Director General de Empresas de Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha. En ella participaron Virginia Marco, Directora General de Relaciones Institucionales y Asuntos Europeos de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha; Lucía Bonet, Analista de la Dirección de Riesgo país y Gestión de deuda de CESCE y Pedro Cordero, del Dpto. Invest in Japan de Jetro (Japan External Trade Organization).

Tras las primeras intervenciones iniciales se abrió un interesante debate entre los componentes de la mesa en el que se coincidió en que las economías abiertas son, a la

larga, más competitivas. Se analizaron la disyuntiva y las consecuencias que tienen el libre comercio frente al proteccionismo y se debatió sobre cómo está quedando el nuevo escenario de la economía mundial.

Pese a los recientes aranceles impuestos por parte de la Administración Trump a la UE a productos que no tenían nada que ver con el conflicto de Airbus, las empresas se plantean nuevos objetivos en el destino de sus exportaciones.

También se habló de las consecuencias del Brexit para las empresas de Castilla-La Mancha y del nuevo escenario que se va a trazar dentro de la UE.

Frente a este escenario de incertidumbres, en la mesa se mostraron otras oportunidades de nego-

cio para las pymes ya que, recientemente, desde cuando se produjo la entrada en vigor del acuerdo CETA entre UE-Canadá, en el último año y medio las exportaciones a este mercado han crecido y existe un gran potencial comercial.

Otro ejemplo expuesto de posible nueva oportunidad de negocio con otro mercado fue el caso de Japón, país con el que también hay un reciente acuerdo con la UE. Este acuerdo elimina aranceles, lo que implica que se abre la oportunidad de un mercado en el que viven 635 millones de personas y representa casi un tercio del PIB mundial. Un avance en las relaciones comerciales entre UE y Japón en el que se han visto beneficiados varios sectores económicos.

“La logística como aliada en el comercio internacional”



En esta mesa redonda se puso de manifiesto la importancia del sector logístico en el comercio internacional. Moderó la mesa el economista Juan Royo, que hizo una apertura en la que se refirió al cambio de modelo a la hora de hacer negocios y cómo esto ha variado las acciones de las empresas en general y de las logísticas en particular. La digitalización, el cambio de las costumbres de compra por parte del consumidor, el uso de las nuevas tecnologías, conviven con los problemas del día a día de las empresas, dijo Royo.

El sector del transporte estuvo representado por Benjamín Carrizo, Gerente de transportes Talaexpres y Logística Carosan, empresa que siempre ha estado muy vinculada a Talavera de la Reina. También participaron Olga Laura Cerro Yuste, Operations Manager & Sales de Novocargo y Natalia Velasco, Socia y administradora de NVG ASESORÍA INTERNACIONAL S.L. y profesora de ICEX-CECO.

Debatieron sobre la coyuntura laboral que está asociada al sector del transporte y de la importancia que tiene la formación en este sector, y acerca de la irrupción de la tecnología digital que introduce un fuerte dinamismo en los mercados. Concreta-

mente la digitalización está provocando cambios profundos y disruptivos en el comercio internacional de bienes y, sobre todo, en el de servicios, coincidieron los ponentes.

Se abordó también las ventajas que puede tener la entrada en vigor de los nuevos Incoterms 2020. Una logística adecuada puede implicar grandes beneficios que se reflejan en aumentos de márgenes, descensos de costes de comercialización, mayor control del flujo de mercancías e incrementos en la satisfacción del consumidor. Para conseguirlo se debe cuidar toda la gestión del proceso, desde producción hasta la atención al cliente.



GLOBAL BRAND
ECOMMERCE

21

¿Quieres internacionalizar tu negocio de la forma más rápida y eficiente?

Exporta tus productos en Amazon y llega a más de 100 millones de clientes

Con nuestro Software de eCommerce, único en el mundo, te mostramos los mercados con más potencial para vender online tus productos.

Con el Método Reverse® aplicamos la metodología inversa para desarrollar e implantar el plan estratégico a medida.

¿Quieres ser el último o el primero en vender a nivel mundial en Amazon?

HOY LOCAL, MAÑANA GLOBAL

Solicita más información en
www.globalbrand.io



Telf.: 916 317 360 | info@globalbrand.io



Países



La 4ª edición IMEX Castilla-La Mancha cerró con más de 500 reuniones con representantes de los 35 países que se dieron cita: Albania, Alemania, Argelia, Australia, Azerbaiyán, Bielorrusia, Bulgaria, Camerún, Chile, China, Costa de Marfil, Emiratos Árabes, EE.UU., Finlandia, Haití, Hong Kong, Irán, Japón, Kazajstán, Lituania, Marruecos, México, Nueva Zelanda, Perú, Portugal, Reino Unido, República Dominicana, Rumania, Rusia, Senegal, Singapur, Suecia, Turkmenistán, Ucrania y Uzbekistán.

La red exterior de IPEX también aportó a sus representantes, que asesoraron sobre los mercados de: Alemania, China, EE.UU., Hong Kong y Japón.



La red exterior de IPEX, presente en numerosos mercados, atendió cerca de un centenar de consultas.



Portugal tuvo una presencia destacada en IMEX-CLM.



Los embajadores de Guinea Ecuatorial en España y Portugal, asistieron a la feria.



La consultora Nantai asesoró para los mercados de Emiratos Árabes Unidos, Marruecos, México y Reino Unido.



Los asistentes a la Feria IMEX Castilla-La Mancha pudieron elegir asistir a las 26 conferencias programadas que fueron impartidas por expertos de cada sector (financiación empresarial, pagos y cobros, aseguramiento financiero, mercados y países con potencial para la inversión,

aduanas, INCOTERMS, mercados de destino, e-commerce). Además de las conferencias desarrolladas en los stands de algunos expositores, en la sala se abordaron las siguientes conferencias: AliExpress en España y en el mundo. Cómo operar e integrarse en AliExpress; Forex y Financiación Internacional, por Globalcaja; Instru-

mentos financieros internacionales, clave para la internacionalización de la empresa, por Banco Sabadell; Transformación digital y nuevos modelos de negocio para competir en un mundo global y E-Commerce en Amazon: la nueva oportunidad para la internacionalización de las empresas españolas, por Goba Brand.



En el stand de Global Brand se impartieron numerosas conferencias.



El stand del IPEX sirvió para comunicar los distintos programas a disposición de las PYMES de Castilla-La Mancha ofrecidos de manera conjunta con otros organismos como ICEX.



Lourdes Sánchez Santacruz, directora de negocio internacional de Banco Sabadell en Castilla-La Mancha.



María José Olmeda Buenafé, responsable de Negocio Internacional en Globalcaja.



Alberto Abel Sesmero, director ALIEXPRESS Marketplace Expansion España & Portugal.



En el stand del Ayuntamiento de Talavera intervino la consultora Mantai.



La dirección de Negocio Internacional de Bankinter mostró sus servicios en diversas conferencias impartidas en su stand.



Albacete



Su búsqueda ha finalizado



www.investinalbacete.com





impulso exterior
Castilla-La Mancha

Feria de Negocio Internacional e Inversiones

III Edición

17 y 18 de OCTUBRE de 2018
Palacio de Congresos de Albacete



Albacete

Albacete fue el los profesionales del



punto de encuentro de negocio internacional



La Feria IMEX Castilla-La Mancha 2018 cerró sus puertas después de 2 días de intensa actividad en el Palacio de Congresos de Albacete, donde se concentraron todos los agentes del sector exterior para favorecer la internacionalización de las pymes de la región.

Durante estas jornadas pasaron por la feria 1.296 profesionales interesados en hacer negocios a nivel internacional.

Organizada por Moneda Única y por la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, a través del IPEX, y el Ayuntamiento de Albacete, la tercera edición de IMEX Castilla-La Mancha contó además con la colaboración de la Diputación Provincial de Albacete. Entre los múltiples apoyos obtenidos para la tercera edición manchega

de IMEX destacaron los de sus principales patrocinadores, que en esta ocasión fueron Globalcaja e Iberia On Business, y como marca colaboradora destacada la empresa Extrual.

Los asistentes a la feria fueron, en su mayoría, empresarios con un claro interés en la internacionalización que aprovecharon la oportunidad que brinda la Feria IMEX para reunirse con asesores comerciales, jurídicos y financieros de 39 países. El interés suscitado fue incuestionable, especialmente por las empresas del sector servicios, llegando a realizarse 948 entrevistas one to one.

Los asistentes a la feria también pudieron visitar los stands de las 53 empresas expositoras, asistir a 4 mesas redondas o elegir entre las 38 conferencias impartidas por expertos de cada sector.

Las autoridades de Castilla-La Mancha y Albacete coinciden en incidir sobre la importancia de la internacionalización empresarial



Mesa presidencial de la inauguración de la 3ª edición de IMEX Castilla-La Mancha.

IMEX Castilla-La Mancha contó con invitados de excepción durante la inauguración. Además de su presidente, Jaime Ussía, quien destacó la importancia de la internacionalización para el crecimiento de las pymes de la región, también estuvieron la consejera de Economía, Empresas y Empleo de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, Patricia Franco, el alcalde de Albacete, Manuel Serrano, el presidente de la Diputación de Albacete, Santiago Cabañero y Artemio Pérez, presidente de FEDA.

En su intervención la consejera de Economía y Empresas resaltó la importancia de la feria para impulsar la salida al exterior de las empresas castellano-manchegas y resaltó que desde que empezó a celebrarse IMEX Castilla-La Mancha hace tres años, las exportaciones de la región “han crecido más de un 30%, por encima del doble del comportamiento nacional”, convirtiéndose así en la segunda comunidad autónoma con mayor crecimiento de las exportaciones, un 30’7%. Según las previsiones, este

año se pueden alcanzar los 7.300 millones de euros exportados, alcanzando un nuevo récord por tercer año consecutivo.

Por su parte, el alcalde de Albacete, Manuel Serrano, mostró su deseo de que “IMEX Castilla-La Mancha vuelva a celebrarse en Albacete por la “oportunidad inmejorable” que supone para la internacionalización de las empresas. “Tenemos el interés compartido de ayudar a los empresarios a salir al exterior, a mejorar su productividad y la competitividad”, dijo Serrano.



Patricia Franco, Consejera de Economía, Empresas y Empleo.



Manuel Serrano López, Alcalde de Albacete.



Patricia Franco y Manuel Serrano cortan la cinta en presencia del presidente de IMEX, el presidente de la Diputación de Albacete y otras autoridades.





Jaime Ussía Muñoz-Seca, Presidente de IMEX-Impulso Exterior.



Santiago Cabañero Masip, Presidente de la Diputación Provincial de Albacete.



Artemio Pérez Alfaro, Presidente de FEDA.



Más de un centenar de medios de comunicación dieron cobertura a IMEX Castilla-La Mancha.



Zona de exposición



ADECA, Evaa, Albacoy, Beaumont Consulting, ECM Asesores & Consultores, Gesined, Grupo Volmae, KPI Controllers, Lerroux Business Lawyers, Resulting, SV Comunicación y Tecon Soluciones Informáticas.



Asociación de Jóvenes Empresarios de Castilla La Mancha (Aje Castilla La Mancha).



Arola.



Ayuntamiento de Almansa.



Instituto de Promoción Exterior de Castilla-La Mancha (IPEX).



Llegamos a Sevilla

Te ayudamos a crecer en mercados exteriores





En el stand del Ayuntamiento de Albacete, el alcalde de Albacete, Manuel Serrano, junto con la Consejera Patricia Franco; el presidente de la Diputación de Albacete, Santiago Cabañero; el presidente de IMEX, Jaime Ussía; la concejal Rosa González de la Alaja; el delegado provincial de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha en Albacete, Pedro Antonio Ruiz, y el director general de empresas, Javier Rosell.



Ayuntamiento de Caudete.



Ayuntamiento de Hellín.



Ayuntamiento de La Roda.



Ayuntamiento de Villarrobledo.



Los directivos de Globalcaja posan junto con el alcalde, la consejera y el resto de autoridades.



Business GoOn, empresa consultora y Yusen Logistics, multinacional logística, resolvieron centenares de cuestiones en su stand compartido.



Iberia On Business, fue uno de los dos principales patrocinadores del evento. Sus directivos posan junto con las autoridades de CLM.



Consejo de Cámaras de Castilla-La Mancha.



BBVA.



Bankinter.



Bodegas San Dionisio.

HELLÍN



Ayuntamiento de Hellín

FUTURO Y ALMA



Pol. Ind. "San Rafael"
Sector "La Fuente"
265.498,19 m²

PARCELAS EN
ENAJENACIÓN
Y/O
ARRENDAMIENTO



41

UNA OPORTUNIDAD PARA INVERTIR

PARCELA	ZONA ORDENANZA	SUPERFICIE (M2)	M2 EDIFICABLES	TIPO EN EUROS PARA VENTA
1b	AISLADA G.I.	1,024,65	717,25	38.936,70
6b	AISLADA G.I.	1.113,75	779,62	42.322,50
15	AISLADA G.I.	3.335,76	2.335,03	126.758,88
16	AISLADA G.I.	3.695,76	2.587,03	140.438,88
17	AISLADA G.I.	3.066,22	2.146,35	116.516,36
18	AISLADA G.I.	3.470,35	2.429,25	131.873,30
24	INDUSTRIAL EN GRAN PARCELA	13.885,04	6.942,52	497.223,28
26	AISLADA G.II.	4.478,50	2.821,45	170.183,00
28	AISLADA G.I.	3.690,00	2.583,00	140.220,00
31	AISLADA G.I.	1.770,61	1.239,42	67.283,18

Bonificaciones en IBI e ICO

1) Inmuebles de empresas que se instalen en los polígonos industriales:

- 1º año: 95%
- 2º año: 80%
- 3º año: 60%
- 4º año: 40%
- 5º año: 20%

2) Inmuebles con actividades económicas declaradas de especial interés o utilidad municipal:

- 50% durante dos años

3) Obras para implantación en Polígonos Industriales de Hellín:

- 95% de bonificación

4) Obras de especial interés municipal cuando concurren circunstancias sociales, culturales, históricas, características o de fomento del empleo:

- 95% de bonificación

HELLÍN TIENE AYUDAS

Hellín zona prioritaria

- Más porcentaje de ayudas JCCM
- Plan adelante JCCM **adelante** empresas

Hellín en el programa de desarrollo rural

- Campos de Hellín (www.camposdehellin.com)



Contacto

Teléfono: 967541500
Web: www.hellin.es

HELLÍN
C/ El Rabla, 1
02400





Pedro Morejón, director territorial de Comercio y de ICEX en Castilla-La Mancha, posa junto con la consejera Patricia Franco; el alcalde de Albacete y los presidentes de IMEX y de la Diputación de Albacete.



ICEX España Exportación e Inversiones.



Cámara de Comercio de Tarragona.



Dlosib.



KBK International.



CESCE, compañía de seguro de crédito, siempre presente en las ediciones regionales de la feria IMEX.



Globalcaja fue el principal patrocinador de IMEX Castilla-La Mancha.



Servicios Colaborativos Industrias Agroalimentarias.



Iberia On Business ofreció en su stand especiales condiciones a los visitantes de la feria.



Kompass.



NANOAGE Biotechnologies Corp.



En el stand de Globalcaja se impartieron conferencias de negocio internacional y se resolvieron dudas relativas a la financiación internacional.



Oficina Comercial del Perú.



Pomona Keepers.





Un año más la versión castellano-manchega de la feria IMEX congregó a un selecto grupo de empresas del sector agroalimentario bajo la submarca ALIMEX. Las empresas participantes, entre los

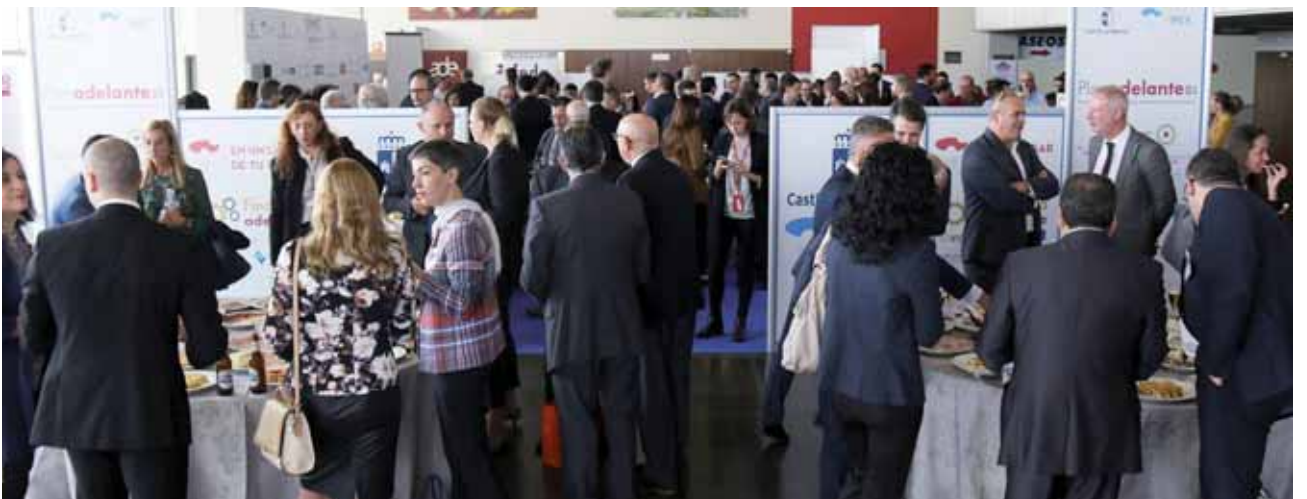
que se encontraban Pago de Piedrabuena; Consejo Regulador de Aceite Montes de Toledo; D.O. Valdepeñas Asociación Interprofesional; Caracoles Manchegos de la Sierra; Guisos Manchegos Tradicionales; Azafranes Desbrin; Casas de Hualdo; Pagos de Fa-

milia Vega Tolosa; Bodegas y Viñedos Arena Serrano; Bodegas Alcardet; Campo de la Gobernadora; Bodegas San Dionisio y Nuestra Sra. del Rus. Sociedad Cooperativa, mostraron y dieron a degustar sus diferentes productos.





En la zona networking la organización ofreció un almuerzo para más de cien personas.



Previo a la inauguración, IMEX congregó a los visitantes para que estos pudieran intercambiar experiencias entre sí.



Asesoramos a las empresas en su desarrollo internacional

Facilitamos el acceso a los mercados globales

INTERNACIONAL



LOGÍSTICA



DIGITAL



FORMACIÓN



www.BusinessGoOn.com
910 910 438

Innovación para la internacionalización de empresas agroalimentarias

50



El sector agroalimentario representa el 14% del PIB regional en Castilla-La Mancha y la internacionalización del sector en la región está cargada de numerosos casos de éxito y

referencias claras de los subsectores, con cifras que siguen creciendo. En esta mesa se analizaron los modelos que permiten exportar generando valor y se presentaron dis-

tintas fórmulas y herramientas para generar el ideal entorno internacional: innovación, desarrollo de tecnología, cooperación empresarial, alianzas, etc.

Retos y oportunidades para la internacionalización del sector industrial en Castilla-La Mancha



Barreras técnicas y homologaciones. La Unión Europea comprador con 28 vendedores. ¿Dónde exportar? Inseguridad jurídica y problemas políticos.

Implantación en el exterior. Riesgos financieros. Necesidades de Alianzas estratégicas: cooperación y competencia. Estos fueron algunos de los te-

mas tratados en la mesa redonda que tuvo lugar en el marco de la tercera edición de la feria IMEX Castilla-La Mancha.

LA RODA

51



EXCELENCIA EMPRESARIAL



Ayuntamiento de
LA RODA

☎ (+34) 967 441 403 | (+34) 608 766 159

✉ direccionviveroempresas@laroda.es

📍 C/ Calvo Sotelo, 4 (02630) La Roda - Albacete

La Logística Integral, clave del éxito internacional

52



La logística internacional entendida como la suma de conocimientos necesarios para realizar correctamente una operación de comercio internacional -ya sea de importación o de exportación- requiere del conocimiento y procedimiento para identificar los momentos en que ocurren cada uno de

los pasos, con el objetivo de reducir al máximo los costos y tiempos desde el lugar de origen a lugar de destino.

El Sistema de Apoyo Logístico para empresas pequeñas, medianas o grandes ha de tener claramente identificados a sus proveedores, distribuidores, mayoristas, minoristas y

a los consumidores finales.

En esta mesa se debatió acerca de la Logística Integral y sus procedimientos aplicables en la industria desde un punto de vista práctico. Los ponentes dieron la visión global que se obtiene para comprender bien la esencia del concepto de Logística Integral.

Herramientas digitales para el éxito internacional de las empresas



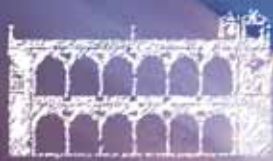
La internacionalización en los mercados digitales ha tomado una gran relevancia, por este motivo es importante potenciar que las empresas expor-

tadoras utilicen las herramientas digitales para el acceso a los mercados internacionales. La necesidad de poner en valor la importancia que el

ecommerce tiene para la internacionalización y los medios de pago como las pasarelas de pago internacional entre otros.

Villarrobledo

La privilegiada situación geográfica, el espíritu emprendedor de sus gentes y la floreciente actividad económica, ofrecen una ciudad viva y en marcha, un Villarrobledo abierto.



AYUNTAMIENTO DE
VILLARROBLEDO



Abierto todo el año...

...a todo el mundo.

www.villarrobledo.com

Países



En la Feria hubo una gran presencia de países compuesta por los representantes de la red exterior de IPEX y por los consejeros económicos y comerciales, cámaras de comercio bilaterales y expertos consultores de un total de 39 países.

Desde el aplicativo de la feria, la organización de IMEX fue realizando la concertación de las reuniones con anterioridad al comienzo de la feria y finalmente se realizaron un total de 948 encuentros entre empresarios de todos los sectores de actividad y estos representantes de los países.

Los países presentes fueron: Albania, Alemania, Arabia Saudita, Australia, Bosnia Herzegovina, Brasil, Bulgaria, Colombia, Costa de Marfil, Chile, China, Rep. Dominicana, Egipto, Emiratos Árabes, EE.UU., Finlandia, Ghana, Hong Kong, India, Irán, Italia, Japón, Kazajstán, Lituania, Malasia, México, Nicaragua, Nueva Zelanda, Perú, Rumanía, Rusia, Singapur, Suecia, Ucrania, Uganda, Uzbekistán, Vietnam y Zambia.

El interés suscitado ha sido incuestionable, especialmente por las empresas de los sectores servicios y agroalimentario, que coparon casi el 40% de las reuniones.



Fation Pula, Consejero Económico de la Embajada de Albania en España.



Juan Millán, Australia Spain Business Association: Australia y Nueva Zelanda.



Antonio del Corro, Director ejecutivo de la Cámara de Comercio Brasil-España.



Embajada de Bulgaria en España y Cámara Hispano Búlgara.



Tomás Pablo, Presidente Ejecutivo de Wolf y Pablo Consultores - Chile.



Instituto de Promoción Exterior de Castilla-La Mancha (IPEX): Alemania, China, Estados Unidos, Hong Kong y Japón.



América Hernández Calonge, Oficina de CHINA (Pekín) del Instituto de Promoción Exterior de Castilla-La Mancha (IPEX).



Sofía Zapata, directora de desarrollo de negocio de Excom Solutions - Colombia.



Roberto Barros, Responsable de internacional de la Cámara de Comercio de Tarragona: Costa de Marfil, Ghana y Uganda y Zambia.



Valerine Hernández Rodríguez, Business Developer & Managing Partner ESDOM Global - República Dominicana.



Francisco Flores, Director de Asuntos Institucionales y Comunicación de la Cámara de Comercio de EEUU en España.



Rubén de Pedro Domingo, Director ejecutivo de Rusbáltika: Finlandia, Lituania, Rusia y Suecia.



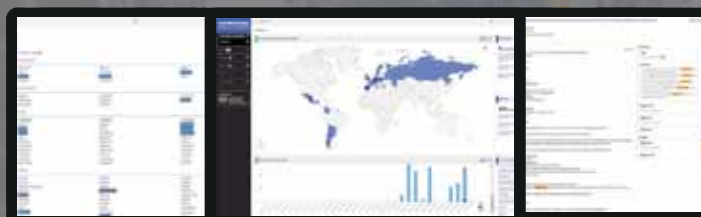
Reza Pir Piran, Consejero Económico y Comercial de la Embajada de la República Islámica de Irán en España.



Pedro Cordero, Dpto. Invest in Japan de Jetro (Japan External Trade Organization).

¿Busca Licitaciones Públicas a nivel mundial?

Acceda a **+50.000 Licitaciones al día** con Kompass Public Tenders



Kompass Public Tenders

El mayor motor de búsqueda de Licitaciones Públicas a nivel mundial



Más de 50.000
licitaciones al día



145
idiomas identificados



Más de 53.000
fuentes



Alertas de email
diarias



Motor de Búsqueda
avanzado e intuitivo



Francisco Domínguez, Oficina de Japón (Tokio) del Instituto de Promoción Exterior de Castilla-La Mancha (IPEX).



Adolfo Romero de Marcelo, CEO de ESKZ Global: Kazajstán y Uzbekistán.



Christina Chu, Excom Solutions - Malasia.



Manuel Carlos Pérez Ferreiro, Delegado en España de la ANIERM.



Amanda Mendoza, Técnico de Comercio e Inversiones de la Embajada de Nicaragua.



Max Günther Cornejo, Director Área Comercio e Inversiones de la Oficina Comercial del Perú en España.



Iulia Schnecker, Consejera para Asuntos Económicos de la Embajada de Rumanía en España.



Nguyen Duc Thuong, Consejero comercial de la Oficina Comercial de la Embajada de Vietnam en España.



BusinessGoOn y Yusen Logistics: Arabia Saudita, Brasil, China, Colombia, Emiratos Árabes Unidos, India, Italia, Reino Unido y Vietnam.



Para mayor información sobre oportunidades de negocio e inversión en el Perú tomar contacto con:

Oficina Comercial del Perú en España
info@oficinacomercialperu.es

Plaza del Marqués de Salamanca, 10
 28006 Madrid
 T. +34 911 937 511
www.oficinacomercialperu.es

Síguenos en Twitter: @PERU_OCEXMadrid
 Facebook: @OCEXMadrid



Conferencias

IME Castilla-La Mancha buscó ampliar y mejorar el conocimiento exportador de los empresarios participantes ofreciendo numerosas conferencias que tuvieron lugar en la sala destinada a tal efecto y en los stands de los expositores Arola, Globalcaja, Bankinter, Business GoOn-Yusen Logistics.

Dos días de intensa actividad que sirvieron para que muchos empresarios encontraran respuesta a sus

preguntas acerca de cómo ser más competitivos en su salida al exterior.

El completo panel de mesas redondas y conferencias fue impartido por más de 50 expertos de diferentes mercados y materias relacionadas con la internacionalización.

Las cuatro mesas redondas que ofrecieron las claves del éxito para la internacionalización de las empresas castellano manchegas.

Y las 38 conferencias abordaron las

oportunidades en diferentes mercados, la búsqueda de soluciones a los problemas actuales y la transmisión de experiencias en la incursión del mercado internacional (impartidas por colaboradores institucionales y patrocinadores), así como otros temas de gran interés para los visitantes como fueron los relacionados con la logística internacional, aduanas, mercados potenciales, aspectos jurídicos, seguros de mercancías, etc.



Sala Networking.



Conferencia en el stand de Globalcaja.



Sala IMEX.



Stand de Arola.



Stand de Bankinter.



Stand de BusinessGoOn y Yusen Logistics.



impulso exterior
Castilla-La Mancha

Feria de Negocio Internacional e Inversiones

II Edición

27 y 28 de SEPTIEMBRE de 2017

Pabellón de Ferias y Congresos de Ciudad Real



Ciudad Real

IMEX Castilla-La Mancha feria de referencia para



La feria se consolida como la plataforma de internacionalización

La Feria IMEX Castilla-La Mancha 2017 cerró sus puertas después de 2 días de intensa actividad en el Pabellón de Ferias y Congresos de Ciudad Real, donde se concentraron todos los agentes del sector exterior que favorecen la internacionalización de las pymes de la región. Hubo 1.340 visitantes interesados en hacer negocios a nivel internacional. Además, la feria despertó gran interés mediático, con la presencia de más de 50 medios de comunicación.

Organizada por Moneda Única y por la Consejería de Economía, Empresas y Empleo de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha a través del Instituto de Promoción Exterior (IPEX), la feria contó en esta ocasión con el patrocinio de Globalcaja y la Diputación de Ciudad Real. También ha sido muy importante el apoyo de Iberia como marca colaboradora destacada y de Industrias Cárnicas Tello y Extrual como marcas colaboradoras.



Jaime Ussía, presidente del IMEX-Impulso Exterior; José Manuel Caballero, presidente de la Diputación de Ciudad Real; Patricia Franco, consejera de Economía, Empresas y Empleo; Pilar Zamora, alcaldesa de Ciudad Real y Javier Rosell, director general de Empresas Competitividad Internacionalización.

MEX Castilla-La Mancha contó en su inauguración con unos participantes de excepción. Además del presidente de IMEX, Jaime Ussía, que destacó la importancia de la internacionalización para el crecimiento de las pymes de la región, también estuvieron la consejera de

Economía, Empresas y Empleo de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, Patricia Franco; el presidente de la Diputación de Ciudad Real, José Manuel Caballero; la alcaldesa de Ciudad Real, Pilar Zamora y el director general de Empresas Javier Rosell.





Patricia Franco, consejera de Economía, Empresas y Empleo de Castilla-La Mancha.

En su intervención la consejera de Economía y Empresas aseguró que las exportaciones representan ya el 17% del PIB regional, 2,3 puntos más que hace dos años. En este sentido, destacó que en 2016 la región superó su récord exportador con 6.500 millones de euros, dato que esperan superar en este año 2017.

Por su parte, José Manuel Caballero, presidente de la Diputación de Ciudad Real, animó a los empresarios a “invertir en la provincia de Ciudad Real por su situación privilegiada”. Pilar Zamora, alcaldesa de Ciudad Real, aseguró que “Ciudad Real tiene un interés especial en la inversión empresarial”.



Jaime Ussía, presidente del IMEX-Impulso Exterior.

Tras las intervenciones en el Auditorio del Palacio de Congresos, los miembros de la inauguración procedieron a cortar la cinta en la zona de exposición y se hicieron la foto de familia de la segunda edición de la feria en Ciudad Real. Después fue cuando se realizó la visita a la zona de exposición por parte de la Consejera de Econo-





Foto de familia de la inauguración de la segunda edición de IMEX Castilla-La Mancha.

mía, Empresas y Empleo, parándose en todos los stands y saludando a los expositores.

Jaime Ussía, presidente de IMEX, agradeció a todos los asistentes su apoyo "que ha hecho posible esta nueva edición", y avanzó que "ya estamos preparando la 3ª edición de IMEX Castilla-La Mancha". José Terreros, director de IMEX-Impulso Exterior, consideró que la Feria en Castilla-La Mancha "ha favorecido los contactos entre pymes y países facilitando y acercando la salida al exterior a las empresas de la región". Además, Terreros resaltó que se incrementaron el número de visitantes y entrevistas B2B respecto al año anterior, que los expositores habían destacado la alta calidad de las ponentes y de las conferencias, y la importancia de la firma del convenio de colaboración para fomentar la internacionalización de las empresas entre CESCE y el Instituto de Promoción Exterior de Castilla-La Mancha (IPEX).

Los asistentes fueron, en su mayoría, empresarios con un claro interés en la internacionalización que han querido aprovechar la oportunidad que brinda la Feria IMEX para reunirse con asesores comerciales, jurídicos y financieros de 31 países. El interés suscitado ha sido incuestionable, especialmente por las empresas del sector servicios, llegando a realizarse hasta 1.120 entrevistas B2B. Los visi-

tantes también pudieron visitar los stands de las 53 empresas expositoras, asistir a 4 mesas redondas o elegir entre más de 51 conferencias impartidas por más de 100 expertos de cada sector (financiación empresarial, pagos y cobros, aseguramiento financiero, mercados y países con potencial para la inversión, aduanas, so-

luciones jurídicas, mercados de destino, ecommerce, etc).

En el marco de la feria, Jaime García-Legaz, presidente de Cesce y la consejera de Economía, Empresas y Empleo de Castilla-La Mancha, Patricia Franco, firmaron un convenio de colaboración para fomentar la salida al exterior de las empresas manchegas.



Patricia Franco, consejera de Economía, Empresas y Empleo de la JCCM y Jaime García-Legaz, Presidente de CESCE, firman en IMEX un convenio de colaboración para fomentar la salida al exterior de las empresas de Castilla-La Mancha.

La Mayor Feria de

Negocio Internacional e Inversiones

Productos y Servicios
para mejorar la competitividad
de la Pyme

69

ANDALUCÍA
21 - 22 Noviembre 2017

MADRID
Marzo 2018

ASTURIAS
Abril 2018

CASTILLA-LA MANCHA
Septiembre 2018

Mesas
Redondas

Conferencias

Países

Empresas
Expositoras

www.impulsoexterior.net - @ImpulsoExterior

IME
IMPULSO EXTERIOR



Zona de exposición



Rosa González de la Aleja, concejal de Medio Ambiente y Promoción Económica del Ayuntamiento de Albacete, acompañada de Rosa Naharro, técnico de este Ayuntamiento, recibe en su stand a Patricia Franco, Pilar Zamora, Jaime Ussía, Francisco Javier Rosell y Gonzalo Redondo, en presencia de los portavoces en el ayuntamiento albaceteño María Francisca Rubio, de Ciudadanos y Álvaro Peñarribia, de Ganemos.



Pilar Zamora y Patricia Franco en el stand del Ayuntamiento de Ciudad Real.



Ayuntamiento de Alcázar de San Juan.



AJE Castilla-La Mancha.



Ayuntamiento de Puertollano.



Banco Santander explicó que la palanca de crecimiento empresarial es la internacionalización.



Ayuntamiento de Manzanares.



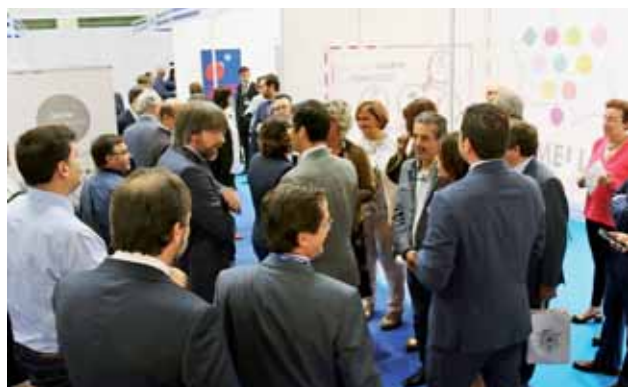
Ayuntamiento de Madridejos.



Bankinter impartió en su stand el ciclo de conferencias "El puente para la internacionalización".



Ayuntamiento de Valdepeñas.



Ayuntamiento de Tomelloso.



BBVA atendió numerosas consultas en su stand.



Cámara de Comercio de Ciudad Real y Consejo de Cámaras de Castilla-La Mancha.



Carlos Marín, presidente de Fecir en su stand con el resto de personalidades.



El Instituto Halal certifica los bienes y servicios para el mercados musulmán.



El Instituto de Promoción Exterior de Castilla-La Mancha (IPEX), coorganizador de IMEX Castilla-La Mancha, es el organismo de referencia para la promoción de la internacionalización empresarial en esta región.



CESCE hace posible el cobro seguro en las operaciones internacionales.



DHL Express da solución logística a las empresas internacionalizadas.



Unicaja Banco impartió varias conferencias en su stand.



ICEX España Exportación e Inversiones.



Enterprise Europe Network.



ITECAM.



Pomona Keepers impulsa ferias internacionales.



ALIMEX





¿Es mi empresa posible proveedor de la ONU? Africa y los mercados emergentes accesibles a las empresas de Castilla-La Mancha

La apertura de la primera jornada en IMEX corrió a cargo de **Javier Rosell**, director general de empresas de Castilla-La Mancha, que dio la bienvenida a los asistentes y agradeció la presencia a los ponentes, que presentó. Indicó que la región tiene cada vez mayor dinamismo como lo reflejan los datos del crecimiento de las exportaciones de bienes y servicios, que en

Castilla-La Mancha se crece por encima de los dos dígitos, siendo este crecimiento desde enero hasta junio, del 10,9%. En julio el 11,9%, más que la media nacional en ese periodo (9,1%). Es por tanto Castilla-La Mancha una región dinámica y emprendedora que el año pasado vendió 6.500 millones de euros en el exterior y este año aspira a superar los 7.000 millones. Ciudad Real, dijo el director general, ha aumentado sus ventas en ese

periodo desde enero hasta julio un 17,8%, creciendo con fuerza además de los sectores tradicionales como el primario, también el industrial, bienes de equipo y productos químicos.

Felicitó la tarea desarrollada en este sentido al Instituto de Promoción Exterior de Castilla-La Mancha (IPEX), desde donde se trabaja también en licitaciones internacionales, formando, informando de alertas para más



Francisco Javier Rosell, Director General, Empresas, Competitividad e Internacionalización.



Jaime García-Legaz, Presidente de CESCE.



Inocencio Arias, Ex Embajador de España en la ONU.

de 100 instituciones internacionales con oportunidades de licitación.

Rosell acabó su primera intervención animando a los participantes a visitar el stand del IPEX y el resto de la zona de exposición, y a reunirse con los representantes de los países.

El moderador de la mesa fue el periodista económico **José María Tripper**, quien en primer lugar cedió la palabra a Jaime García-Legaz, presidente de CESCE, para que comenzara la exposición sobre el asunto de referencia abordado en la jornada.

Jaime García Legaz, presidente de CESCE, agradeció la invitación a los organizadores y comenzó dando algunos datos en los que se refleja la importancia del mercado que supone Naciones Unidas, compuesto por

193 países, con unas compras anuales de 15.175 millones de dólares en 2015. Expresó que una de las dificultades de trabajar para las Naciones Unidas es por lo heterogéneo de sus procedimientos e instituciones, y que hay que especializarse en cuanto a los conocimientos técnicos y jurídicos requeridos. Dijo que el 70% de las compras de NNUU se concentran en los programas de desarrollo y de alimentos de Unicef, con unas compras anuales de aproximadamente 12.000 millones de dólares.

El presidente de CESCE aseguró que las empresas españolas están lejos de tener una aceptable posición en cuanto a la participación en las compras realizadas por parte de los organismos de NNUU, que España es el noveno proveedor a los organis-



José María Triper, Periodista económico.



Patricia Sanz Alonso, Directora Técnica de la Cátedra de COMEX de la Univ. de Valladolid.

mos de NNU y sin embargo está en el puesto 57 en el ranking de proveedores (representando España el 0,36% del total de compras de NNUU).

De las 2.250 empresas inscritas en los organismos de NNUU, solo 600 habrían conseguido algún contrato en 2015, y de esas 600 solo 11 superaron el millón de dólares. Estas cifras contrastan con los resultados obtenidos por nuestras empresas en otros ámbitos y con el recorrido que puede tener la empresa española en los programas de NNUU, ya que cuando nuestras empresas abren nichos de mercado en organismos bilaterales los saben aprovechar muy bien, aseguró García-Legaz, a lo que añadió que para corregir esta

posición, el acceso de las empresas puede ser a través de las instituciones que tienen acceso a NNUU. El ICEX cuenta con un plan de acción que se activó en noviembre de 2016, que está pensado para ayudar a las empresas españolas a llegar de forma ordenada y eficaz a las compras de estos organismos multilaterales; que hay sectores con oportunidades muy concretas como el caso de equipos médicos, suministros para refugios, tecnologías de la información, ropa, alimentación,... donde las empresas españolas tiene la capacidad de convertirse en proveedoras de estas agencias.

El presidente de CESCE habló de varias cosas a tener en cuenta para poder abrirse al mercado que ofrece NNUU, entre las que destacó: aprovechar el hecho de poder ir de la mano de las Oficinas Económicas y Comerciales de España, sobre todo con aquellas que están ubicadas en las plazas donde se encuentran las sedes de NNUU, que hacen posible que se refuerce la presencia institucional mediante el apoyo de nuestras autoridades; la mejora de las estrategias empresariales de acceso al mercado, con conocimiento del mercado, de los procedimientos, asesoría jurídica para ser más eficaz; acciones específicas de carácter sectorial, con planes sectoriales, programas de alimentos, tecnología...; los partenariados con NNUU de nuestros ministerios de Economía y Asuntos Exteriores, y procurar que en el futuro alguna agencia de NNUU pueda tener su base en España.

Inocencio Arias, ex embajador español ante la ONU, explicó el funcionamiento del organismo y algunos considerados fallos.

Comenzó diciendo que la ONU se creó después de la segunda Guerra Mundial por parte de las potencias ganadoras, que tras el desastre de decenas de millones de muertos y con una buena parte de Europa arrasada, decidieron crear una organización con dos objetivos fundamentales. El primero, que no se repitiera una guerra a esa escala y reducir los efectos de la guerra. El segundo, mejorar los niveles de vida del ser humano, el desarrollo económi-

co, la protección de niños y mujeres, los derechos humanos. Pero los países que crean la ONU: Rusia, Estados Unidos, Gran Bretaña, China y Francia, realmente lo que hicieron fue un traje a su medida, ya que en definitiva todos los países del mundo son egoístas y ponen los intereses nacionales y los de sus aliados por encima de los de la comunidad internacional. Cualquiera de estos cinco países, desde el Consejo de Seguridad, tienen la capacidad de vetar cualquier resolución que se realice en la Asamblea General.

Los resultados pueden considerarse óptimos en ese segundo objetivo, otorgándole un notable alto, ya que por ejemplo UNICEF ha salvado a millones de niños, se ha realizado la protección a refugiados, se han erradicado enfermedades. Sin embargo, en el terreno político, no puede dársele una nota mayor que un aprobado raso, concluyó Arias.

Patricia Sanz, experta en el mercado de NNUU, indicó dónde se gastan los 15.000 millones de dólares de gasto anual que tienen: en bienes y servicios para el funcionamiento de la propia organización y otra parte para cumplir sus objetivos. Compran alimentos, consultoría, industria, infraestructuras, medicamentos,... todo. Lo último visto por ella, un tanto llamativo, profesores para futuros maridos en África.

Sanz dijo que el funcionamiento de la ONU es complejo hasta que se conocen sus procedimientos, que el pago se desarrolla por transferencia a un mes, aunque hay que valorar el tipo de moneda en la que pagan, y que el registro en NNUU para una empresa es relativamente fácil, teniendo que rellenar la documentación requerida, siendo lo que resulta más difícil para las empresas españolas la petición y presentación de las necesarias referencias para el éxito en la obtención de contratos.

Dijo también que se puede comenzar con pequeños importes de ventas, para después conseguir ser proveedor con permanencia y que, en cualquier caso, hay que tener una estrategia. Recomendó visitar los lugares donde se concentran las sedes de los diferentes organismos.



VIVE
de Manzanares

#recursos
#visibilidad
#coworking ⁷⁹
#eventos
#innovación

 vivo
de Empresas



Manzanares es LOCALIZACIÓN

- Cruce de las autovías A43 y A4
- Nudo ferroviario



Manzanares es SUELO INDUSTRIAL

- Polígono SEPES consolidado
- 1.500.000 de m²
- Más de 200 empresas instaladas de todos los tamaños
- Importantes multinacionales de todos los sectores



Manzanares es APOYO EMPRESARIAL

- Oficina de Promoción Económica
- Importantes eventos como Jornadas Empresariales y FERCAM



AYUNTAMIENTO DE MANZANARES
ÁREA DE PROMOCIÓN ECONÓMICA



Marca y talento, pilares del éxito internacional

La responsable de promoción de alimentos del IPEX, **Prado Flores**, presentó esta mesa redonda y a los ponentes. Mostró la importancia de apostar por la marca como valor diferenciador, de calidad, de atracción de clientes, de talento. Esto último, las personas

que trabajan en las empresas, marca la diferencias a la hora de realizar los negocios.

La marca, dijo Flores, es necesaria en el proceso de internacionalización para hacerlo sostenible y que no se trata de vender mucho y rápido, sino con más margen, con más valor añadido, a lo que añadió que

el factor humano y la gestión requiere de capacidades específicas siendo importante que concurren: una visión global, flexible y adaptable para poder vender la marca y sus productos en mercados exteriores.

Miguel Otero, director general del Foro de Marcas Renombradas, res-



Félix Bellido Quitián, Presidente de Miguel Bellido. OLIMPO.



Benjamín López Sánchez, Director Regional de Adecco España.

pondió a la pregunta de cómo afronta la empresa española el reto de la marca internacional, a lo que respondió que precisamente la respuesta a eso tiene que ver con la motivación que llevó a la creación del Foro de Marcas hace 18 años cuando un grupo de empresas catalanas comenzaron a reunirse en Barcelona, en otro contexto que el actual, y se impulsó esto del Foro de Marcas por estas empresas familiares, internacionalizadas, con marca, que no están en IBEX 35, ni creado por mandato de una administración, sino surgiendo desde la propia iniciativa empresarial con la idea y convicción de la importancia de la marca. Otero continuó diciendo

que esto se puede ver con dos perspectivas diferentes: la realidad y la percepción. Habló del ranking de las 100 marcas globales más importantes donde españolas solo figuran dos: Zara y Santander. Aunque hay muchas marcas que no tienen ese tamaño pero figuran como líderes globales de su sector. Cuando uno se acerca a la realidad y ves la situación en los principales países competidores, las cosas tampoco resultan ser muy positivas. Se refirió al análisis realizado por dos agencias de un grupo publicitario e investigación internacional sobre qué marcas tienen presencia notable en 12 países selecciona-

dos. El resultado fue que solo 12 españolas tenían presencia en alguno de esos 12 países y que solo una estaba en todos, Zara. El director general del Foro de Marcas continuó su exposición diciendo que la realidad es que no es suficiente con el hecho de registrar una marca y que según un estudio realizado por la OEPM y la Universidad de Alicante, la mitad de las empresas que exportan tiene marca registrada, aunque si analizamos esto, por ejemplo en el sector del vino, nos encontramos con lo siguiente: que hay 4.500 bodegas en España, que tienen 20.000 marcas, a lo que se planteó la pregunta: ¿quién es capaz de establecer ▶



Miguel Otero Toranzo, Director General del Foro de Marcas Españolas Renombradas.



Prado Flores Amo, Responsable Promoción de alimentos IPEX.

preferencias sobre semejante número de marcas? Sobre el ejemplo del mismo sector, empresas de vino español que vendan más de 100.000 botellas en EEUU solo son cuatro, por lo que la fragmentación de pequeñas marcas es una evidencia, con presencia en decenas de países. Pero desde el otro lado, la realidad es que esas marcas no tienen implantación comercial en esos mercados en los que están, que no están en la preferencia de los consumidores de esos mercados, ni siquiera en el canal Horeca muchas veces. Por tanto la realidad es que exportamos mucho vino pero que no tenemos grandes marcas de vino.

Otero acabó refiriéndose a la nueva estrategia presentada por el Ministerio de Economía y Competitividad desde 2017 hasta 2027, que por primera vez la marca gira en uno de los ejes principales de esa estrategia junto con otros como la innovación, talento, digitalización y recursos humanos y que es importante controlar las cadenas de valor como hacen algunas empresas exitosas como Mango o Zara.

Benjamín López, director regional de Adecco España, dijo que lo que es común a todas las empresas, a todas, es que están formadas por personas y que este es su mejor activo. Por supuesto que importa la tecnología, I+D, procedimientos, pero la estrategia en los recursos humanos es la clave.

Cuando queremos plantear una estrategia, tiene que estar acompañada de personas que las ejecuten, dijo Benjamín López, a lo que añadió que hay que saber adaptar la estrategia de la empresa a cada una de las personas, y eso tiene que ver con cómo se tiene diseñado el organigrama y al asignación de responsabilidades y funciones en cada puesto, no solo en la cadena de mando.

Desde nuestra visión, dijo, hay puntos clave como son los mandos intermedios porque de ellos depende el grueso de los trabajadores que son los que finalmente tienen la capacidad de ejecutar la estrategia de la empresa.

Y nos encontramos con ese denominador común que es cómo los mandos intermedios tienen la capacidad de embarcar al resto del equipo en la estrategia de la empresa; hay que hacer que los mandos intermedios sepan en qué consiste su puesto de trabajo y tener cuidado con los criterios de promoción que tienen que ver con el desempeño personal de las tareas y la capacidad, pero que cuando se realiza esa promoción interna hay que informar acerca de las nuevas responsabilidades.

El directivo de Adecco concluyó diciendo que el hecho de que crezca la economía significa que aumenta el empleo y que sube la oferta de

empleo, lo que obliga a retener el talento y que en un estudio sobre aquellas motivaciones por las que se cambia el trabajo, en la posición número 7 está “por dinero”, siendo la primera el reconocimiento, sentirse valorado.

Félix Bellido, presidente de Miguel Bellido. Olimpo, dijo que en su empresa distribuyen sus productos bajo dos marcas, Miguel Bellido, desde que comenzó hace 60 años en un taller artesanal, y siempre con la pretensión de ampliarse internacionalmente. Hasta los 80 distribuyó con esa marca y luego con una nueva creada por Roberto Bellido.

La constricción de la marca, dijo Félix Bellido, se basa en unos estándares de calidad, oferta cualificada, precios competitivos. Actualmente distribuye en España y en más de 30 países, y continuó diciendo que: no invertimos en intangibles, solo en calidad, diseño, y el cumplimiento de nuestros compromisos que han hecho que sea difícil encontrar un hogar en España que no tenga un producto de nuestra empresa, empresa construida sobre los cimientos de la constancia y los valores.

Bellido siguió diciendo que en los 80 lanzaron la marca Olimpo y detectaron que el cliente quería un producto aspiracional, lo que se hizo, sin abandonar los valores de la marca Miguel Bellido.

Dos trayectorias distintas para la creación de la marca, Olimpo con las mejores materias primas del mundo, que unido al diseño y la exclusividad, los intangibles, el talento, resultaron ser un éxito. Loewe y Félix Bellido fueron las primeras marcas españolas que tuvieron diseño propio.

El presidente de Bellido terminó diciendo que no es posible construir marca sin talento y que hoy no son tan importantes los edificios, máquinas, o el dinero, sino el talento; que en Miguel Bellido casi todos los trabajadores tienen contrato indefinido y que se implican con la empresa, que les tiene que dotar de la ansiada seguridad laboral, siendo muy importante para cualquier empresa la política del personal.

Siempre hay una razón

Puertollano, ciudad industrial, un lugar para invertir



83

Por su localización

Privilegiada situación geográfica (centro sur de la península)

Por su disponibilidad de suelo industrial a un precio muy competitivo

Inmejorable oferta de suelo 2€/m²

2€/m²

Por su red de comunicaciones

Perfectamente comunicado con vías de alta capacidad y estación de AVE

Por sus subvenciones y ayudas a la inversión

Paquete de incentivos económicos: bonificaciones locales, fondos MINER exclusivos para Puertollano, ayudas Plan Adelante empresas

Por su talento y calidad de vida

Mano de obra cualificada y con experiencia en procesos industriales. Calidad de vida y apoyo institucional

Por su tejido empresarial

Fuerte y consolidado con grandes empresas como Repsol, Elecnor Deimos, Fertiberia... e importantes empresas locales especialistas en servicios auxiliares.

Referente en energías renovables con institutos de I+D como ISFOC (fotovoltaica), CNH2 (hidrógeno) y CLaMber (biomasa)

Servicios de consultoría gratuitos

Asesoramiento y acompañamiento al inversor para facilitar la implantación de los proyectos a través de Fundescop.



El ecommerce internacional. Canales, cuestiones clave, potencial y errores a evitar en la PYME exportadora

El responsable de Promoción de Bienes y Consumo y Servicios en el Instituto de Promoción Exterior de Castilla-La Mancha (IPEX), **José Félix González**, presentó la mesa y a los ponentes. Comenzó introduciendo que las pymes exportadoras ya no son solo de los sectores tradicionales, sino también de otros y que su

interacción en el comercio electrónico internacional, con diferentes resultados en sus ratios en función de si son bienes de consumo, servicios o alimentación, por ejemplo, es creciente.

González dijo que en los comienzos del IPEX, en 2003, se hacía una promoción of line a través de ferias y misiones comerciales fundamentalmente que sin embargo,

15 años más tarde, también se realizan con intensidad actividades dirigidas a las empresas tecnológicas y de marketing digital para el sector TIC, como las desarrolladas en Colombia, México, Estados Unidos y otras misiones más transversales en Chile, Perú y Panamá. La formación en el ámbito digital, dijo José Félix González, es hoy clave por lo que también venimos

27 - 28 septiembre 2017
mpulso exterior



desarrollado varios cursos de formación impartidos por consultores especializados.

Tras presentar esta aplaudida actividad desarrollada por parte del IPEX en la materia, intervino **César Trillo**, director general adjunto de Adigital, que respondió a la pregunta de dónde se encuentra el e-commerce internacional en España y cuál sería la comparativa de nuestro estadio con respecto a otros países similares, diciendo que vender on-line es complicado y que hay mucha competencia y que la educación promovida por las instituciones públicas es loable y tiene que seguir. Trillo dijo que desde el comienzo de su actividad, hace casi dos décadas, las cosas han cambiado mucho y que con respecto a la obtención de cifras de ventas es

complicado realizar un balance exacto en primer lugar porque el entorno digital y su influencia afecta en cualquier venta internacional. A esto añadió que cuando todavía no se tiene presencia en el país en el que se vende, tener cifras de ese canal on-line es importante. Dijo que el año pasado se vendieron en España 24.000 millones euros, con un crecimiento de aproximadamente un 15% respecto al año anterior y que estos crecimientos de dos dígitos se llevan obteniendo desde hace 10 años en nuestro país, incluidos los años de la crisis. De esta cifra, aproximadamente la mitad serían ventas de servicios, teniendo el turismo un gran impacto, y en estas cifras no estarían incluidas transacciones como las de los servicios financieros. Lo que hacemos ▶



José Félix González, Responsable de Promoción de Bienes de Consumo y Servicios en IPEX.



César Tello, Director General Adjunto de Adigital.



Evangelina Urquiza, directiva del ICEX.



Amador López, Director de Human Forecast.



Dori López Nieves, Gerente de Consultoría Innova.

todos los días desde las aplicaciones móviles como el transporte en ciudades, por ejemplo, no están recogidos en esa cifra.

Las búsquedas en móviles ya superan el 50% de las totales y se busca más desde el móvil que desde el ordenador, como en los países más avanzados, y las ventas online también se realizan más desde móvil.

Las pymes españolas que venden en Europa no pasan del 15% a pesar de la libre circulación de productos y personas, por lo que hay que superar las barreras existentes y educar a los canales para poder acercarnos a las ventas de las empresas de países como Francia, Reino Unido o Alemania, que están

muy por delante que España. Un buen ejemplo es el que fijarse sería Francia y poner en valor este conocimiento que sería externalizable a Hispanoamérica.

Evangelina Uzquiza, directiva del ICEX, contó que dentro de la estructura del ICEX se lleva tiempo trabajando para el desarrollo de la comercialización e internacionalización on-line y que en el proyecto eMarkets Services se aportó el valor que suponen tener el gran conocimiento acerca del producto agroalimentario español, pudiendo ofrecer mucho. Sumado a esto, que la estrategia de Amazon pasaba por su desarrollo internacional y que en EEUU Amazon estaba haciendo una importante tarea en el sector alimentación y bebidas, sector de un gran potencial, por lo que hablamos con ellos a finales de 2015 y poco a poco hasta junio de 2017 creamos este desarrollo conjunto que en este momento está en su un estado incipiente. Amazon es ventajoso en cuanto a la comercialización online, aportando una línea importante de comercialización como tienda virtual, un escaparate donde introdujimos nuestro Food & Wines of Spain -Alimentos y vinos de España- cuya condición impuesta por nuestra parte fue la de que estos productos fueran 100% españoles o fabricados en España, con una calidad media-alta, para así también potenciar el sector.

Amador López, director de Human Forecast, comenzó su intervención diciendo que los mecanismos predictivos los usamos todos los días y podemos aplicarlos a otros ámbitos como en la ciencia médica en el que se contempla la evolución de una enfermedad, pero también tiene mucha utilidad para predecir el escenario que vamos a encontrar cuando una pyme comienza la aventura de la exportación. López dijo que tenemos que cambiar la toma de decisiones, que en muchas ocasiones es intuitiva, hacia una toma de decisiones basada en los datos, que otorga una mayor certidumbre sobre lo que va a pasar.

Dijo también que las ventajas que tienen las pymes con respecto a las grandes empresas en cuanto a la agilidad para la toma de decisiones tiene que ser aprovechado por estas primeras y que el producto o servicio ha de ser adaptable a las circunstancias requeridas por los compradores, también teniendo en cuenta los diferentes canales y saber que las necesidades de los clientes son distintas en los distintos lugares y en cualquier caso cambiantes.

Amador López concluyó su primera intervención diciendo que hay que construir la fuente de datos con servicios basados en los datos que ahora estamos despreciando o tirando, lo que puede otorgar un mayor valor añadido que haga una gran palanca de desarrollo para las pymes.

Dori López, gerente de Innova, partner de Alibaba en España (Alibaba.com) contó su experiencia y dijo que también tienen relación con otros market places del grupo Amazon en relación a la exportación global b2b (entre profesionales) de cualquier país.

Nos hicimos partners hace dos años porque vimos que este market place tenía un alto potencial en España, haciendo hincapié en el producto autóctono agroalimentario y porque las cifras nos decían que el producto español no estaba siendo vendido por los proveedores españoles. Dori López puso el caso que vieron entonces, que del vino de Rioja salían solo 22 proveedores "gold" y de esos solo 8 eran españoles; a su vez de estos españoles tan solo uno era una bodega. Había incluso numerosas empresas de otros sectores, como de informática, que vendían productos española a través de Alibaba. Por ese motivo, dijo Dori López, consideramos interesante comenzar una relación de partners con Alibaba y así poder animar a las empresas españolas. La mesa concluyó con las recomendaciones para acceder al mercado online en China, sobre el marketing digital, y respondiendo a varias preguntas realizadas por los asistentes.



TOMELLOSO

Capital de la Mancha



Fernando Laviña Richi, Director General del Instituto de Promoción Exterior de Castilla-La Mancha (IPEX); José María Cabanes, Director General de la Cámara de Comercio de Ciudad Real; José-Ramón Ferrandis Muñoz, Jefe de Área África. Secretaría de Estado de Comercio y M.ª José Hernando Minguela, Jefe de Unidad de Riesgo País de CESCE.

África, la última frontera

Esta mesa redonda estuvo coorganizada por la Cámara de Comercio de Ciudad Real y el Instituto de Promoción Exterior (IPEX). Los directores generales de ambas organizaciones estuvieron en el panel introductorio, que también mostraron la colaboración entre ellos con el mismo fin: ayudar a las empresas en su internacionalización.

Fernando Laviña, director general del Instituto de Promoción Exterior de Castilla-La Mancha, tras dar la bienvenida a los asistentes y agradecer la presencia a los numerosos y notables ponentes de la Mesa Redonda, dijo que en la programación general de la 2ª edición de IMEX Castilla-La Mancha había contado con un importante aliado, la Cámara de Ciudad Real, para poder presentar esta mesa Redonda centrada en los mercados del África Subsahariana. Este hecho, dijo Laviña, refuerza nuestra colaboración con la Cámara de Comercio de Ciudad Real, con la Secretaría de Estado de Comercio y con el ICEX. Laviña dijo que desde el IPEX están comprometidos en seguir mostrando a las empresas de Castilla-La Mancha las oportunidades de negocio e inversión que hay en los países africanos, que existen grandes oportunidades, e invitó a los asistentes a que participaran en los diferentes planes

que desarrolla el IPEX de manera conjunta con la Cámara de Comercio de Ciudad Real y el ICEX.

Por su parte, el director general de la Cámara de Comercio de Ciudad Real, **José María Cabanes**, invitó a los asistentes a perder el miedo en conocer mercados africanos con un gran potencial de desarrollo económico, que sin duda ofrecen singulares oportunidades de negocio para las empresas de Ciudad Real. Cabanes añadió que desde la Cámara ofrecen a todos sus profesionales para formar y asesorar con operaciones de comercio exterior con los países africanos.

Jose Ramón Ferrandis, Jefe de Área África de la Secretaría de Estado de Comercio, agradeció la invitación para participar en la Mesa y dijo que desde la Secretaría de Estado y él personalmente están a disposición para proveer de la información necesaria a las empresas. Dijo que "al principio era la internacionalización", y que desde esta perspectiva el esfuerzo de la Secretaría de Estado de Comercio consiste en trabajar para conseguir mejorar el desempeño exportador, que después se continúa con el desempeño inversor.

El responsable del Ministerio de Economía dijo de manera epigráfica: "Comercio, inversión, información, apoyo y financiación, son los elementos estructurales que vertebran nuestro tra-

bajo cotidiano", a lo que añadió que de las 90 oficinas comerciales que tiene España, 8 están instaladas en esta región, también preparadas para atender las necesidades objetivas de los países de destino y nuestra colaboración, sobre todo la informativa, de apoyo y también la financiera.

Con respecto a esta última, José Ramón Ferrandis se refirió y explicó el Fondo para la Internacionalización de la Empresa Española, el FIEM, que opera con unos fondos de 500 millones de euros que acaba con la aprobación de los proyectos en el Consejo de Ministros, siendo el agente financiero el Instituto de Crédito Oficial. Los beneficiarios para estas operaciones son las empresas españolas, tanto públicas como privadas no residentes en España. Se presta con garantías soberanas para todos los sectores salvo para los de salud, educación básica y para un determinado tipo de material de defensa. El FAD potencia la presencia de la empresa española en el exterior dotando a la empresa de medios suficientes para ese cometido.

Ferrandis dijo que Sudáfrica y Kenia son dos países africanos donde hay una especial implicación, lo cual no quiere decir que no se atiendan las necesidades para otros países.

Y sobre la financiación otorgada dijo que puede ser comercial o concesio-

nal, con preferencia a la comercial.

María José Hernando, Jefe de Unidad de Riesgo País de CESCE, dijo que desde la compañía se presta el apoyo a las empresas españolas para cualquier proyecto de internacionalización de una empresa. Tras hacer una breve presentación de CESCE, cuyo cometido es respaldar los planes de internacionalización de la empresa española tanto en exportación como en inversión, con una trayectoria de 40 años. Nuestra actividad, dijo Hernando, se fundamenta en dos pilares: cubrir las operaciones de comercio corrientes y respaldar, como agente gestor, la internacionalización de la empresa española con el seguro de crédito a la exportación, paliando la incertidumbre de lo desconocido. Añadió que "Cubrimos los riesgos extraordinarios, políticos y los comerciales" y aclaró que CESCE no solo trabaja para las grandes compañías españolas sino con cualquier exportador español, independientemente de su tamaño, que aseguran también a los bancos que financian a las empresas en cualquier tipo de actividad y que para cada riesgo hay instrumentos que se materializan con distintas fórmulas contractuales.

Refiriéndose al mercado africano, aseguró que hasta hace algo más de un año había muy pocas operaciones en estos países, excepto en Angola, provocado porque no ha habido muchas peticiones por parte de las empresas y que desde hace un tiempo hay más peticiones, no teniendo unos "países objetivo", sino yendo detrás de la demanda de las empresas. En el último año, desde CESCE, se están comenzando a recibir numerosas solicitudes de proyectos concretos habiéndose abierto la cobertura en Tanzania, Kenia, Costa de Marfil, Senegal, Uganda, Madagascar, Bannin, y otros.

La directiva de CESCE terminó su primera intervención diciendo que el continente africano ha cambiado mucho en los últimos 15 años, habiéndose triplicado en ese periodo su renta per cápita, con importantes desarrollos en las nuevas tecnologías y en las propias ciudades y que esto proviene del aumento de la estabilidad política en general, y también porque ha habido importantes condonacio-

Guinea Ecuatorial



José María Cabanes, Director General de la Cámara de Comercio de Ciudad Real y Purificación
Angue Ondo, Embajadora de Guinea Ecuatorial en España.

nes de deuda; por el auge de los precios de las materias primas; por el crecimiento de la población, que es joven y por la expansión de las nuevas tecnologías.

Tras las intervenciones iniciales hubo un turno de preguntas y después se abordaron en tres paneles monográficos de los tres países seleccionados. Por Guinea Ecuatorial se contó con la formidable presentación de este país por parte de la Embajadora de Guinea Ecuatorial, **Purificación Angue Ondo**. Mostró su satisfacción por hablar de su país desde un punto de vista comercial y resaltó el matiz de que el aspecto comercial y el político son asuntos distintos.

Uno de los factores que hace grande a un país, dijo la embajadora, es el conocimiento recíproco de los pueblos a través de sus relaciones comerciales, que cultiva los valores de la sociedad, el respeto mutuo, razón por la que esta ponencia es importante, siendo Guinea Ecuatorial un país imprescindible para entender el universal concepto de la Hispanidad por la confluencia triple: África, Europa y Latinoamérica. Guinea Ecuatorial, dijo la embajadora, posee una gran atractivo empresarial sobre todo por su situación geográfica (en agricultura, energía, transporte, educación, turismo e industria), con regiones insulares y continentales que pese a la pequeña superficie de 28.000 km² abarca dos hemisferios. Habló de la riqueza del paisaje, la rica cultura de su pueblo y su exclusividad también referenciada por su cultura hispana. Se refirió a las

ventajas para la inversión en Guinea por ser miembro de la FEMAC y también que la actual situación social favorece numerosos negocios para conseguir una economía emergente en el año 2020 mediante una estrategia de diversificación del crecimiento económico para evitar la gran dependencia del petróleo. Las acciones del Plan del Gobierno Guineano se centran en dos fases; una concluida ya, del 2008 al 2012 mediante la construcción de infraestructuras, mejora la productividad y el crecimiento; la actual, de 2013 a 2020, es la fase del crecimiento industrial basada en el desarrollo del sector privado buscando la calidad de vida del ciudadano. La embajadora terminó su discurso invitando a los empresarios a visitar el país para que conozcan la gran variedad de oportunidades comerciales.

Tras la intervención de la embajadora vino la de **Alberto Rey**, CEO de Job Servicios, que en una ponencia muy directa, habló de la cantidad de similitudes entre ambos países, España y Guinea Ecuatorial, y enumeró las cosas que hacen de este país un buen destino para las inversiones españolas. Se valió de la proyección de un vídeo promocional de Guinea Ecuatorial para nombrar los sectores más atractivos para la inversión: turismo, con vuelos diarios con Iberia; agricultura, con posibilidad de más de tres cosechas al año; ganadería; pesca, conservas de pescados; transportes aéreo y marítimo, entre otros, y la posibilidad de comercio entre los países de la FEMAC, sin aranceles. ▶

Costa de Marfil: De reconstrucción postbélica a motor de África Occidental

90



José María Cabanes, Director General de la Cámara de Comercio de Ciudad Real; Charles Darius Atchimon Ake, Embajador de Costa de Marfil en España y Katia Martínez, Partner How2Go Costa de Marfil.

El embajador de Costa de Marfil, **Charles Darius Atchimon Ake**, agradeció a los organizadores de IMEX la invitación y dijo que en Costa de Marfil hay numerosas oportunidades de negocio y de inversión. Costa de Marfil, dijo, es la primera potencia económica de la zona CEFA y puerta de entrada a un mercado de cerca de 300 millones de consumidores. Nuestro país tiene el 38% del PIB de la región, que junto con Nigeria, somos la locomotora de África del Oeste. Añadió que existe el empeño para ser un país emergente en 2020.

El Plan de desarrollo 2012-2020 ha abarcado importantes acciones; desde 2012 hemos adoptado una serie de medidas económicas como los nuevos códigos de inversión, siendo uno de los

más competitivos que existen en el mundo. Durante la primera fase, del 2012 al 2015, se ha conseguido unos crecimientos del 9,8% que se esperan mantener. La segunda parte de éste, desde 2016 a 2020, se contemplan 94 proyectos con una inversión de 30 millones de francos CEFA, donde se quiere implicar al sector privado para que aporte el 63% de la cantidad mencionada, y siendo la parte restante, el 37%, aportada por el sector público. Estos 94 proyectos aprobados están circunscriptos en los siguientes factores: transformación de productos agrícolas (el país es el primer productor de cacao con 1,7 millones de toneladas anuales y primer productor mundial de anacardos con 725.000 toneladas, primer productor de África de caucho con

325.000 toneladas, primer exportador de palma con 1.750.000 toneladas). Se quiere transformar el 75% del cacao del país y conseguir la transformación del 100% de anacardos hasta el 2020.

La amplia riqueza minera, con oro, hierro, bauxita, cobre, además del petróleo y el gas también es una riqueza del país y los sectores como el de servicios, que ahora representa el 15% del PIB, también ofrece grandes oportunidades de inversión, así como las infraestructuras para autopistas, puentes, líneas de metro; equipamientos urbanos y vivienda (necesidad de 400.000 viviendas en este momento) y también en salud, y energías renovables. Tras la intervención del embajador, que acabó invitando a los operadores españoles a invertir masivamente en su país para aumentar la cifra de las 23 empresas españolas inversoras en los últimos años en Costa de Marfil, nombró todas las posibilidades reales de inversión en la actualidad y explicó detalladamente el sistema de inversión en Costa de Marfil.

Katia Martínez, Partner How2Go Costa de Marfil, que apoyó en todo momento la presencia del embajador de Costa de Marfil, mostró la parte práctica diciendo que las oportunidades allí bullen; en infraestructuras y por la creciente creación de la clase media.

Etiopía, una potencia agrícola



José María Cabanes, Director General de la Cámara de Comercio de Ciudad Real; David Mülchi Paníco, Cónsul Honorario de Etiopía en España y Julio Pazo, Managing Partner y socio fundador de la Corporación Industrial Hispano Etíope.

David Mülchi Paníco, Cónsul Honorario de Etiopía en España habló desde la pasión, cariño y la experiencia de más de 25 años operando en Etiopía. Dijo que Etiopía es un país desconocido pero con una gran historia y que nunca ha sido colonizado. El milagro etíope, como se ha venido a llamar el crecimiento de este país, con una población de más de

100 millones de habitantes, con más de un millón de kilómetros cuadrados. Dijo el cónsul que es un país seguro, estable políticamente por su democracia consolidada y con fuertes ritmos de crecimiento anual. Que para operar allí es preciso obtener la licencia de inversión y que la mayoría de los sectores están abiertos a la inversión extranjera, existiendo nume-

rosos incentivos fiscales.

Citó el sector industrial, donde el Gobierno del país ofrece interesantes incentivos, suelo industrial y también citó otros sectores de interés como el agrícola; turismo, con joyas arqueológicas, castillos e iglesias con mucho valor histórico. Infraestructura hotelera. Puso ejemplos de caso de éxito de inversiones realizadas por empresas extranjeras e hizo hincapié en el gran mercado interior y desde allí el acceso a países limítrofes sumando a hasta 400 millones de habitantes.

Julio Pazo, Managing Partner y socio fundador de la Corporación Industrial Hispano Etíope. Contó su experiencia empresarial, destacando que el país cuenta con un gobierno tecnócrata que este año crecerá más de un 9% y hasta 2020 una media del 7% anual. Citó numerosos sectores de oportunidad en Etiopía.



Ayuntamiento de
Valdepeñas

91

Valdepeñas empresarial

Ayuntamiento de Valdepeñas

centro de innovación
empresas y empleo

PABELLON FERIAL
ESTEBAN LOPEZ VEGA





Representantes de 31 países realizaron 1.120 reuniones con empresarios

En esta edición la feria gestionó las 44 mesas (algunas en los stands) correspondientes a los 60 agendas de los consejeros de los 31 países representados, entre los que también se encontraban los representantes de la red exterior del IPEX.

Los asistentes a la 2ª edición de IMEX Castilla-La Mancha pudieron reunirse con los representantes de los siguientes países: Alemania, Argentina, Bielorrusia, Brasil, Bulga-

ria, Canadá, Colombia, Costa de Marfil, Chile, China, Ecuador, Egipto, Estados Unidos, Guinea Ecuatorial, Haití, Hong Kong, Irán, Japón, Kazajstán, Lituania, Marruecos, México, Perú, Portugal, República Dominicana, Rumanía, Rusia, Singapur, Ucrania, Uzbekistán y Vietnam. Destacó en este espacio la presencia de los embajadores de Costa de Marfil, Charles Darius Stchimon Ake y de Guinea Ecuatorial, Purificación Angue Ondo. Prácticamente todas las agendas

estuvieron cubiertas con anterioridad a la apertura de la feria, y durante la celebración del evento se realizaron muchos más contactos no concertados anteriormente. Finalmente se contabilizaron un total de 1.119 reuniones personales. Estas reuniones fueron realizadas por empresas de todos los sectores de actividad empresarial y aunque predominaron como en otras ocasiones las consultas comerciales, también hubo un buen número de jurídicas y financieras.



Cristina Comín, Oficina en Wurzburg del Instituto de Promoción Exterior de Castilla-La Mancha (IPEX).



D.ª Marta Ballester, Abogada Área Mercantil Juárez&Asociados



Maya Stanilova, Presidenta de Honor de la Cámara de Comercio Hispano-Búlgara.



Sofía Zapata, CEO de Excom Solutions.



Rubén de Pedro Domingo, CEO de la firma internacional de consultoría "Rusbáltika" y José M. Rodríguez Clemente, Director ejecutivo de la firma internacional de consultoría "Rusbáltika" atendieron desde su stand las consultas sobre Bielorrusia, Lituania y Rusia.



Juárez&Asociados atendió las consultas jurídicas sobre Colombia.



Charles Darius Atchimon Ake, Embajador de Costa de Marfil en España.



Tomás Pablo, Presidente Ejecutivo de Wolf y Pablo Consultores.



China Pekín, América Hernández, Socia Fundadora de China Consulting.



China Shanghái - Instituto de Promoción Exterior de Castilla-La Mancha (IPEX).



Teresa Aragón Sánchez, Socio Abogado de Quabbala Abogados y Economistas.



María Gloria Dávila, Adjunta comercial de la Oficina Comercial de Pro Ecuador.



Carmen Muñoz, Oficina en Nueva York del Instituto de Promoción Exterior de Castilla-La Mancha (IPEX).



Francisco Flores, Director de Asuntos Institucionales y Comunicación y Adrián De La Guía, Asesor financiero de la Cámara de Comercio de EEUU en España.



Isabel Noriega, Presidenta de la Cámara Hispano Haitiana.



Marisa Flores, Oficina en Hong Kong del Instituto de Promoción Exterior de Castilla - La Mancha (IPEX).



Hiromi Sasaki, Oficina en Tokio del Instituto de Promoción Exterior de Castilla-La Mancha (IPEX).



En el stand de Guinea Ecuatorial, su embajadora en España, Purificación Angue, atendió a numerosos empresarios de Castilla-La Mancha. También expuso el Banco de Guinea Ecuatorial y Alberto Rey, CEO de Job Servicios, abogado y especialista en el mercado guineano, hizo lo propio en su stand, contiguo al de la Embajada de Guinea Ecuatorial en España.



Ignacio Bartolomé, Marruecos; Katia Martínez, Costa de Marfil; Pedro Hernández, Colombia y Damon Afkari, Irán, atendieron las consultas en el stand de How2Go.



En el stand de Juárez&Asociados se atendieron consultas sobre: Canadá, Estados Unidos, Marruecos y México.



Miku Uchikawa, Directora Adjunta y Pedro Cordero Dávila, Coordinador de Proyectos y Encargado de Atracción de Inversión Directa a Japón de JETRO (Japan External Trade Organization).



Abderrahman Talhaoui, Consejero encargado de asuntos económicos de la Embajada de Marruecos en España.



Manuel Carlos Pérez Ferreiro, Delegado en España de la ANIERM - Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la República Mexicana.



Max Günther Cornejo, Director Área Comercio e Inversiones de la Oficina Comercial del Perú en España.



Claudia Linares, Directora Jurídica Perú Juárez&Asociados.



Elsa Castro, Co-CEO de Value Added Partners.



Gabriel Buzea, Ministro Consejero de la Embajada de Rumanía en España y Doina Boblea, Cónsul de Rumanía en Ciudad Real.



Rubén García-Quismondo Pereda, Socio Director de Quabbala Abogados y Economistas.



Thuong Nguyen Duc, Consejero Comercial de la Embajada de Vietnam en España.



Julio César Micha, representante exterior del Banco Nacional de Guinea Ecuatorial, atendiendo a los medios.

enterprise europe network

La mayor red europea de apoyo empresarial y tecnológico a su servicio



51 conferencias de Negocio Internacional

La actividad de conferencias fue muy intensa. Hasta 51 conferencias fueron impartidas en tres salas de conferencias y también en varios stands en la zona de exposición.

Globalcaja, principal patrocinador de la feria, impartió en sala la conferencia: "Exporta tu valor: gestiona los riesgos, impulsa tus retos y globalízate" a cargo de María José Omeda, responsable de negocio internacional de la entidad. Además, en el stand de Globalcaja se ofrecieron las conferencias sobre: cómo afrontar el reto de la internacionalización, por Nicolás Aponte, de la Cámara de Comercio de Ciudad Real; Instrumentos para favorecer la internacionalización de las Pymes, por Enrique

Asenjo, director de CESCE; Fiscalidad Internacional: visión práctica, impartida por el socio de Gómez-Acebo y Pombo, Ángel Vaillo y dos asociados del área fiscal del despacho; y la promoción internacional y gestión de ayudas OCM al sector vitivinícola, por Carlos Díez, de Foobspain International.

El IPEX, además de participar en varias mesas redondas, impartió conferencias sobre las oportunidades del mercado chino, sus hábitos y la venta online; las barreras para exportar a EEUU; las herramientas para la financiación de las pymes y los nuevos programas y servicios del IPEX.

El directivo del ICEX, Pedro Morejón, director territorial de Comercio en Castilla-La Mancha, acompañado de Fernando del Cubo, jefe de servicio

de la dirección Territorial, mostraron los servicios de internacionalización del ICEX y el programa ICEX Next.

En la sala "Municipios para el desarrollo y promoción empresarial" dieron conferencias los Ayuntamientos de Albacete, Ciudad Real, Tomelloso, Alcázar de San Juan, Manzanares y Madridejos.

Varios directivos de Bankinter impartieron las conferencias sobre la gestión del riesgo de cambio y cómo garantizar el cobro de las exportaciones; avales y garantías internacionales, y alternativas para la financiación de exportaciones. Además, en su stand se habló de aspectos internacionales sobre los siguientes países: Portugal, Japón, Perú, Hong Kong, China y sudeste asiático, Vietnam, Reino Unido, Estados Unidos y



Stand de Juárez & Asociados.



Stand de Unicaja Banco.

Rusia. Santander se refirió en su conferencia a la internacionalización como palanca de crecimiento empresarial y BBVA se mostró como el aliado en un entorno complejo. Unicaja analizó la gestión de riesgos, riesgos financieros (divisas) y cobros en las exportaciones; y gestión eficaz de la financiación a las exportaciones.

El Bufete Juárez & Asociados aclaró los contratos internacionales, la formación en el comercio internacional, los mercados del MERCOSUR, la marca en los mercados internacionales, los mercados de Colombia y Perú, los contratos de colaboración y filiales, arbitraje internacional, y cuestiones claves para la internacionalización.

DHL Express habló sobre el e-commerce internacional y Acciona acerca del transporte de carga líquida y también fueron varios especialistas en diferentes mercados los que intervinieron en las conferencias, monográficas, de los siguientes países: Chile, Asia Pacífico, Hong Kong y China; Perú; Rusia y Países Bálticos; África Central y CEMAC; Vietnam e incluso el mercado Halal.



Stand de Globalcaja.



Stand de Bankinter.

inPERÚ
Exporting Peru to the world

Promoviendo las inversiones hacia el Perú

ROADSHOW MADRID 2017
inperu.pe

30 y 31 de Octubre



Mayor información:

Oficina Comercial del Perú en España
Tel. +34 91 193 75 11
www.oficinacomercialperu.es

XXIV Cena de la Internacionalización en el marco de IMEX Castilla-La Mancha 2017

100

El 27 de septiembre, tras la primera jornada de IMEX Castilla-La Mancha, tuvo lugar la XXIV Cena de la Internacionalización en los salones del Hotel Guadiana de Ciudad Real.

En esta ocasión la Cena versó sobre las oportunidades en el exterior para las empresas de Castilla-La Mancha y contó con el apoyo del Ayuntamiento de Ciudad Real y el patrocinio de Acciona e IBERIA. A la cena asistieron 150 empresarios invitados y los consejeros comerciales y expositores que habían participado en la Feria IMEX. La cena estuvo presidida por Patricia Franco, Conejera de Economía,

Empresas y Empleo de Castilla-La Mancha; Pilar Zamora, alcaldesa de Ciudad Real y Jaime Ussía, presidente de IMEX, a quienes les acompañaron en la mesa de presidencia los embajadores de Guinea Ecuatorial y Costa de Marfil, el Presidente de la Cámara de Comercio de Ciudad Real, el director general de empresas de C-LM, el presidente del Club de Exportadores e Inversores Españoles y los directivos de las compañías patrocinadores, IBERIA y Acciona, que realizaron sendas intervenciones antes de servir la cena. Ambos coincidieron en sus discursos en describir a Castilla-La Mancha como un lugar óptimo para el

desarrollo empresarial y de inversión. La Cena, además tener el mismo formato en su organización -a cargo de Moneda Única- que en ocasiones anteriores, con intervenciones de los componentes de la mesa de presidencia y las preguntas de los invitados que se respondieron en el postre, contó con la exclusividad de ser una cena amenizada con la música en vivo de un trío de música clásica y maridada, compuesta por cinco platos, servidos cada uno de ellos con un vino diferente del excelente Señorío de Guadianeja y la aplaudida explicación del afamado enólogo y experto en cata de vinos Celedonio Muñoz.





José Terreros, director de IMEX, dio la bienvenida y agradeció la presencia a los invitados a la XXIV Cena de la Internacionalización. Patricia Franco, frente a Pilar Zamora, acompañadas por el resto de los miembros de la mesa de presidencia.





Patricia Franco, consejera de Economía, Empresas y Empleo y Pilar Zamora, alcaldesa de Ciudad Real.



Jorge Olaizola, director general de Acciona Forwarding.



Fernando Laviña Richi, Director General del IPEX.



Víctor Moneo, director de Ventas de IBERIA.



El coctel previo sirvió para realizar numerosos contactos entre los invitados a la cena.



Celedonio Muñoz, enólogo experto en cata de vinos.



Purificación Ague Ondo, embajadora de Guinea Ecuatorial y Balbino Prieto, presidente de Honor del Club de Exportadores e Inversores Españoles.



Patricia Franco, consejera de Economía Empresas y Empleo y Jaime Ussía, presidente de IMEX.



Mariano León, presidente de la Cámara de Comercio de Ciudad Real y Charles Darius Atchimon Ake, embajador de Costa de Marfil.



Jorge Olaizola, director general de Acciona Forwarding y Alejandro Herrera, marido de Pilar Zamora.



Víctor Moneo, director de Ventas de IBERIA y Pilar Zamora, alcaldesa de Ciudad Real.



José Terreros, director de IMEX y Javier Rosell, director general de Empresas.



impulso exterior
Castilla-La Mancha

Feria de Negocio Internacional e Inversiones

I Edición

21 y 22 de SEPTIEMBRE de 2016
Pabellón de Ferias y Congresos de Ciudad Real



PAÍS INVITADO
Perú



IMEX Castilla-La Man duplicando las expec

106



cha cerró sus puertas tativas de asistencia

107



La primera edición de IMEX Castilla-La Mancha cerró sus puertas el día 22 de septiembre, tras dos días de intensa actividad en el Pabellón de Ferias y Congresos de Ciudad Real. Allí acudieron a hacer negocio 1.298 profesionales, más del doble de los asistentes esperados en un principio.

Organizada por el Gobierno de Castilla-La Mancha a través de su Instituto de Promoción Exterior (IPEX) y Moneda Única, la feria fue también el escenario donde se registraron 911 entrevistas personales entre los empresarios de la región y los representantes comerciales de 30 países, entre los que destacó Perú como País Invitado. Son incontables, además, los numerosos encuentros profesionales que tuvieron lugar.



De izda. a dcha. Fernando Laviña, director de IPEX; José Manuel Caballero Serrano, Presidente de la Diputación de Ciudad Real; Patricia Franco Jiménez, Consejera de Economía, Empresas y Empleo de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha; Pilar Zamora Bastante, Alcaldesa de Ciudad Real y Jaime Ussía Muñoz-Seca, Presidente de IMEX-Impulso Exterior.

El salón de actos del Pabellón de Ferias y Congresos de Ciudad Real acogió la inauguración de la primera edición de IMEX Castilla-La Mancha, feria de referencia en nuestro país sobre comercio exterior y negocio internacional. El acto comenzó con las palabras de bienvenida y discurso de Pilar Zamora, Alcaldesa de Ciudad

Real para continuar con los discursos de Jaime Ussía, Presidente de IMEX - Impulso Exterior y José Manuel Caballero, Presidente de la Diputación de Ciudad Real. La Inauguración la cerró la intervención de Patricia Franco, Consejera de Economía, Empresas y Empleo del Gobierno de Castilla-La Mancha.



La consejera Patricia Franco cortando la cinta, en presencia del presidente de la Diputación de Ciudad Real, la alcaldesa de Ciudad Real, el presidente de la Cámara de Comercio de Ciudad Real, el presidente de IMEX, el presidente de Globalgaja, los alcaldes de las principales ciudades de la provincia de Ciudad Real y sus ayuntamientos, que también participaron de manera activa en la feria. Puertollano, Tomelloso, Valdepeñas, Alcázar de San Juan y Manzanares mostraron el potencial empresarial que tienen estos municipios.



Patricia Franco Jiménez, Consejera de Economía, Empresas y Empleo de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.

Patricia Franco destacó la alta cifra de visitantes preinscritos, “unos datos que muestran el alto interés de empresas e instituciones por la internacionalización de nuestra economía y por que se desarrollen en

nuestra región iniciativas como ésta”, y resaltó que “uno de los aspectos más significativos de IMEX es conseguir que Castilla-La Mancha y Ciudad Real abran sus puertas al mundo, que tengamos una ventana al exterior”.



Jaime Ussía Muñoz-Seca, Presidente de IMEX - Impulso Exterior.

En palabras de Jaime Ussía, Presidente de IMEX, la feria es “una cita imprescindible a la que avalan veintitrés ediciones de éxito en otras comunidades y que Castilla-La Mancha merecía celebrar”.



Fue muy alta la presencia del sector financiero. Globalcaja, principal patrocinador de la feria, además de ofrecer atención personalizada en su stand

congregó en varios momentos a más de un centenar de empresarios de la región. En su stand se impartieron interesantes conferencias. Otras entida-

des como Liberbank, Banco Sabadell, Banco Santander, Bankinter y Cesce, también dieron asesoramiento financiero a los empresarios.



El stand del IPEX sirvió para realizar numerosas entrevistas con los empresarios de Castilla-La Mancha interesados en internacionalizar sus empresas.

IMEX Castilla-La Mancha contó con una superficie de exposición de más de 2.000 m² en la que expusieron 40 organismos y empresas. En esta zona destacaron los stands del IPEX, coorganizador de la feria, y el de Globalcaja, principal patrocinador. La feria

también tuvo el patrocinio de la Diputación Provincial de Ciudad Real y contó con todos los apoyos del resto de organizaciones e instituciones involucradas en procurar el desarrollo empresarial: IMPEFE-Ayuntamiento de Ciudad Real; Cámara de Comercio

de Ciudad Real; Consejo de Cámaras de Castilla-La Mancha; FECIR; ICEX; Club de Exportadores e Inversores Españoles y Fundación Caja Rural Castilla-La Mancha. La compañía Pramar ofreció el apoyo como marca colaboradora destacada.



El personal del IPEX con su director Fernando Laviña al frente, posan junto con la consejera Franco y personalidades que asistieron a la inauguración de la Feria.

Perú país invitado en la 1ª edición de IMEX Castilla-La Mancha

111

Tras la positiva experiencia en haber tenido a Perú como país invitado en las ediciones anteriores, fue también el país invitado en esta 1ª edición de IMEX Castilla-La Mancha. El consejero económico y comercial de la Oficina Comercial del Perú en España, Bernardo Muñoz Angosto, encabezó la presencia del país andino que contó con un stand en la zona de exposición en el que se atendieron numerosas entrevistas.



El Consejero Peruano, Bernardo Muñoz, es saludado en su stand por la consejera Patricia Franco.



Bernardo Muñoz, Consejero Económico y Comercial del Perú en España y Patricia Franco, Consejera de Economía, Empresas y Empleo de Castilla-La Mancha, junto a Javier Rosell, director general de Empresas, Competitividad e Innovación de Castilla-La Mancha; Jaime Ussia, presidente de IMEX y Pilar Zamora, alcaldesa de Ciudad Real.





El Ayuntamiento de Alcázar de San Juan expuso las posibilidades de su municipio para la inversión extranjera.



El Ayuntamiento de Puertollano y su Agencia de Atracción de Inversiones FUNDESCOP participaron en la feria.



La logística, el sector agroalimentario y ferial, se dieron cita en el stand del Ayuntamiento de Manzanares.



Tomelloso es el municipio de referencia en la provincia de Ciudad Real en el sector industrial y agroalimentario.



La consejera Patricia Franco visitó también el stand del Ayuntamiento de Valdepeñas.



El principal patrocinador de la feria, Globalcaja, recibió centenares de visitantes en su stand.



Liberbank, que expuso en la feria, trató acerca de los medios de pago en el comercio internacional en una conferencia.



Una importante delegación del Banco Nacional de Guinea Ecuatorial acudió a la cita del comercio internacional en Ciudad Real.



La comitiva inaugural encabezada por la consejera Franco visitó el stand de Banco Sabadell.



Banco Santander, el mayor banco español, atendió las consultas de los empresarios castellanomanchegos.



Bankinter ofreció ocho conferencias en su stand. Además de las monográficas de países expuso la gestión de riesgo de cambio y el cobro de las exportaciones.



Cámara de Comercio e Industria de Ciudad Real y Consejo de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Servicios de Castilla-La Mancha.



CESCE, Compañía Española de Seguro de Crédito a la Exportación asesoró a los empresarios que quieren vender con garantías de cobro.



La patronal FECIR, Federación Empresarial de Ciudad Real, expuso en la feria.



El Club de Exportadores e Inversores Españoles acudió a la cita de la internacionalización en Castilla-La Mancha.



La compañía logística multinacional DHL ofreció interesantes conferencias en su stand .



ICEX España Exportación e Inversiones.



El IPEX, coorganizador de IMEX Castilla-La Mancha, se empleó a fondo en las constantes entrevistas que tuvieron.



Itecam, Centro Tecnológico del Metal Castilla-La Mancha.



KOMPASS tiene la mejor base de datos mundial para los empresarios que quieran encontrar un socio, proveedor o cliente.



Guinea Ecuatorial, representado por la empresa **Job Servicios**, tuvo mucha actividad en su stand.



El Consejo Regulador Denominación de Origen **La Mancha** es una referencia para uno de los sectores más importantes de la región.



La **Fundación Caja Rural Castilla-La Mancha** tiene una gran actividad en Castilla-La Mancha.



La empresa consultora **Globe Spain**, con origen en Ciudad Real asesora a los empresarios en cómo hacer negocio en todo el mundo.



La **Oficina Comercial del Perú en España** estuvo atendiendo, como país invitado, las consultas de los empresarios.



El organismo dependiente del Ayuntamiento de Ciudad Real, **IMPEFE**, expuso en la feria y celebró en IMEX su reunión del Pacto Local por el Empleo.

Desde aquí, hasta allí.

117



**Todo lo que necesita su empresa para crecer
en el mercado internacional.**

Le ofrecemos productos y servicios para gestionar
de forma rentable y segura sus operaciones
en mercados internacionales.

Liberbank

Corresponde



Retos e innovación para la internacionalización de la empresa agroalimentaria

El director del IPEX, **Fernando Laviña**, dio la bienvenida a los asistentes a la mesa redonda en la que se trataron los retos en la innovación para la internacionalización de las empresas de Castilla-La Mancha del sector agroalimentario. Dijo Laviña que este sector es prioritario en la región como avalan las cifras de las exportaciones y le dio la palabra al moderador de la mesa redonda, **Jaime Palafox**, gerente de la interprofesional del Vino de España y experto en temas agroalimentarios, que moderó la mesa y presentó a los ponentes.

Intervino en primer lugar **Ángel Villafranca**, presidente de Cooperativas Agroalimentarias de Castilla-La Mancha, que indicó que el principal objetivo que tienen es transmitir a todos los cooperativistas dónde están sus mercados, a dónde dirigirse, y trasladar que el mundo es global. Villafranca dijo que realmente los retos a afrontar no son tantos. En primer lugar explicar a los productores, viticultores, ganaderos,.... qué es lo que demandan los mercados internacionales y saber cuál es el valor diferencial con respecto a otros competidores. Conocer el país o países a los que se va a exportar y los

riesgos tanto directos como indirectos que existen. El productor tiene que mentalizarse que lo que vende no va a acabar en una fábrica sino en la mesa de un consumidor y que es necesario ver las demandas en cada país para orientar nuestro producto a la demanda de cada mercado.

En Castilla-La Mancha, dijo, tenemos la mayor superficie de viñedo y la mayor producción a nivel mundial, pero cuando trasladamos las cifras a euros, la cosa difiere. Apuntó también como un reto clásico la cualificación del personal y que es conveniente visitar a los clientes y refirió que Castilla-La



Jaime Palafox, Experto Agroalimentario y Director Gerente de la Interprofesional del Vino de España.



Ángel Villafranca, Presidente de Cooperativas Agro-alimentarias de Castilla - La Mancha.



Miguel Ángel García Baquero, Consejero Delegado de Lácteas García Baquero.

Mancha está en el centro de España, lo que supone que llevar el vino a granel a destinos portuarios encarece el coste, también si se transporta por carretera al centro de Europa el coste de ese transporte representa un gasto de entre 11 y 12 euros por Hl., frente a los 4-5 euros que tienen que pagar productores más cercanos al centro de Europa. Dijo que sería conveniente realizar las infraestructuras necesarias para conseguir ser más competitivos por los costes de la logística.

Miguel Ángel García Baquero dijo que llevan 25 años exportando y que han pasado mucho tiempo predicando en el desierto ya que hace años la gastronomía española no estaba de moda. La globalización cambió esto y cada vez hay más demanda de mercados internacionales. Ahora la compañía tiene presencia en más de 65 paí-

ses, siendo la marca global de referencia del queso español, líder de su sector en España y con unos incrementos anuales en sus exportaciones en torno al 30%. Analizar las cosas bien y mal hechas posibilita corregir, dijo, y tener una vocación global implica que todos los departamentos de la empresa se impliquen en ello. Explicó que operan en regiones, con distintas acciones en cada una de ellas: Norte de América, Latinoamérica, Europa y Asia y Sudeste asiático, siendo más interesante atacar región por región y no por países.

Hay que viajar y también invertir en el producto, y para terminar, planteó como pregunta a sus compañeros de mesa si alcanzado un estatus internacional hay que seguir dando el servicio desde el país de origen o instalarse en los países realizando inversiones pro- ▶



Alfonso Alcázar Martínez, Director General en Grupo Tello.



Francesco Monesi, Responsable exportaciones de Conservas Huertas Muñoz (La Abuela Cándida y Luxury Tapas).



Julio Bacete Gómez, Presidente de Coopaman.

ductivas para atacar a aquellos mercados.

Alfonso Alcázar, que ocupa la dirección general del grupo Tello desde hace 5 años y lleva 22 en puestos de responsabilidad en la exportación, dijo que hay que identificar la realidad y aportar soluciones. Habló de la buena imagen de la que goza el sector en el exterior con un dato; el 83% de los europeos reconoce que España tiene productos agroalimentarios buenos o muy buenos, aunque uno de cada tres es incapaz de citar una marca española.

Desmitificó que la internacionalización está al alcance de todas las empresas indicando el alto número de empresas que fracasan en el proceso de exportación y que de las pymes que comienzan a exportar solo continúa un 1% después de cuatro años, de manera regular. Que de las 147 mil empresas que exportaron en 2015 tan solo 45 mil concentran el 93% del volumen total de exportación y apuntó las causas del fracaso de las empresas españolas en su salida al exterior: pequeña dimensión, escasa competitividad, baja productividad, poca innovación y nivel tecnológico muy precario. Añadió que otro informe dice que el aumento del 1% en la facturación de una empresa posibilita el crecimiento del 5% en la exportación y acabó apuntando que hay que planificar la internacionalización y que esta tiene que ser un objetivo corporativo, como es en el grupo Tello, que de sus 130 millones de facturación estimada para este año, exportará un 27% aproximadamente, mientras que hace 5 años la exportaciones solo representaban el 12% de la facturación de la empresa.

Francesco Monesi, responsable de exportación de Conservas Huertas Muñoz, la abuela Cándida y Luxury Tapas, comenzaron a exportar hace cinco años y ahora venden fuera el 40% de la facturación. Apuntó como retos básicos: la gestión de la incertidumbre, del miedo, por lo que hay que confiar en especialistas y profesionales como el personal del IPEX o de las Cámaras de Comercio; la actitud que tienen que tener todos los departamentos de la empresa, incluso usando los idiomas de cada país en el que se vende, en albaranes, facturas...; salvar los

"enemigos" que todas las pymes tienen, como la costumbre de hacer las cosas como siempre, la superficialidad de los empleados de la cadena de producción y cuidar los detalles. Vestir bien el producto y buscar y ofrecer la correcta información y de modo rápido.

Acabó nombrando la importancia de la innovación y citó casos prácticos de su empresa en los que se realizó un cambio de nombre comercial para comercializar en el exterior. No hay que ser esclavo de los nombres ni de las razones sociales, dijo Monesi. Hay que analizar las líneas de negocio; realizar envases novedosos y adaptarse a las costumbres de los países a los que nos dirigimos.

Julio Bacete, presidente de Coopaman, centró su primera intervención en la innovación llevada a cabo en su empresa en la mejora del producto y aumentando la producción como modelo de abaratar el producto. Esta cooperativa de segundo grado, con 30 años de existencia, centra su actividad en los ajos, donde Castilla-La Mancha es la primera región exportadora de España. Bacete apuntó que el precio del ajo fluctúa en función de la producción mundial pero que el producto de Castilla-La Mancha es de mucha mayor calidad que por ejemplo el que producen en China. Exportan a países como Haití, del tercer mundo o a EE.UU, Australia,... a todos los países que son deficitarios en ajos. Apuntó como desventaja que es muy costosa la producción en Castilla-la Mancha y que el mercado europeo es muy exigente pero poco fiel ya que solicitan las exigencias de normativas de calidad pero no terminan valorando el esfuerzo que esto supone cuando por ejemplo adquieren partidas de otros países que ese año han tenido una alta producción y venden a precios más bajos; en ese momento no valoran en Europa que ese producto sea de peor calidad.

Planteó como reflexión que si es Europa el futuro destino de los productos de exportación, o más bien habría que mirar a otras regiones como América, África, o incluso países del tercer mundo.

La mesa continuó con un interesante debate.



Instituto Municipal de Promoción
Económica, Formación y Empleo
Ayuntamiento de Ciudad Real

IMPEFE

C/Valle de Alcudia, S/N 13004 Ciudad Real

www.impefe.es

Tel: 926 21 00 01

Fax: 926 21 00 16



AGENCIA DE
COLOCACIÓN
impefe

SERVICIOS PARA EMPRESAS

Publicación y difusión gratuita de sus ofertas de empleo

Con un ahorro estimado en RECURSOS HUMANOS de 1500 €.

Captación de candidatos/as

A través de la inscripción en nuestra web. Disponemos de una **Bolsa de Empleo** totalmente actualizada

Primera criba, preselección y selección definitiva

Conforme a las exigencias de la empresa y de **forma ágil y eficaz** preseleccionamos al candidato/a idóneo/a para el puesto de trabajo

Asesoramiento en materia de contratación

Los contratos mas rentables para la empresa enmarcados dentro del **plan de Garantía Juvenil** y otros programas vigentes en cada momento.

Asesoramiento del perfil del trabajador

A petición de la empresa elaboramos el perfil del futuro trabajador/a, los requisitos de formación, experiencia u otros conocimientos necesarios para el óptimo desarrollo del puesto de trabajo.

Oficina para procesos de selección

Ponemos a disposición de las empresas un espacio para que puedan llevar a cabo sus procesos de selección

(entrevistas individuales o colectivas, dinámicas de grupo), así como una sala de información grupal con recursos tecnológicos de **forma gratuita**

SERVICIOS PARA DESEMPLEADOS

Inscripción en nuestra Agencia de colocación

A través de nuestra web (www.impefe.es) podrás participar en los procesos de selección.

Orientación laboral integral

A través del conocimiento de los recursos de formación, técnicas de búsqueda de empleo y gestión de ofertas, mejorarás tus posibilidades de acceso al mercado de trabajo.

Aula de informática

Disponemos de un aula de informática que podrás utilizar con apoyo del personal del IMPEFE

Información y asesoramiento al autoempleo

Utiliza las redes sociales para dar a conocer tu perfil profesional



Itinerarios personalizados de inserción laboral

Orientados a la consecución de tus objetivos profesionales.

Subvención al fomento del trabajo autónomo

Ayudar a la cuota de autónomos, licencia de apertura y contratación laboral

Pacto Local por el Empleo

Herramienta de apoyo a las empresas con información detallada sobre contratación, incentivos a la actividad empresarial y otras ayudas y subvenciones.



Javier Rosell, director general de Empresas, Competitividad e Innovación de Castilla-La Mancha, presentó la mesa redonda.

La internacionalización del sector industrial en CLM. Retos y oportunidades

Esta interesante mesa redonda, compuesta por empresas de Castilla-La Mancha que son un verdadero ejemplo de éxito fue introducida por **Javier Rosell**, director general de Empresas y Competitividad de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.

Rosell dio la bienvenida y agradeció la presencia a los asistentes y ponentes. Habló de la apuesta por el fortalecimiento de las empresas, fruto del análisis, para cubrir las necesidades de las empresas de Castilla-La Mancha, para lo cual se ha puesto en marcha desde comienzo de este año el Plan Adelante con una dotación de 260 millones de euros que atiende a las variables que puede tener cual-

quier empresa como son: inversión, comercialización, innovación, internacionalización y financiación. El director general incidió en dos de ellas: innovación e internacionalización y dijo que no puede existir la salida al exterior sin innovación, que ambas son las palancas para el crecimiento empresarial. “La innovación constante se produce cuando desde la empresa se escucha al cliente y al mercado” dijo Rosell, a lo que añadió “hay que ser valiente pero también hay que tener una estrategia de internacionalización”. Habló también del Pacto por la Recuperación Económica, firmado tan solo dos días antes, cuyo fin es la creación de empresas y la captación de inversión, que con 92 medidas se van a invertir 1.329

millones hasta 2.020 para el desarrollo económico de las empresas de Castilla-La Mancha.

El moderador de la mesa fue **Venancio Alberca**, director general del Grupo Cojali y presidente de ITECAM, que tras agradecer la invitación y la organización de la feria, indicó las tres partes que se tratarían en la mesa: cómo influye el sector industrial en la economía regional; experiencias y consejos para el éxito en la internacionalización y la cooperación entre empresas. Alberca indicó que pese a que el sector agrícola es importante en la región (34%), el industrial también representa mucho. Además, en los lugares donde está desarrollada la industria, el PIB es superior al de otras zonas. En Castilla-La Mancha



los bienes de equipo representan el 20% y el textil el 17%.

Rafael Rodríguez, director general de Industrias Metálicas Anro, presentó su empresa que data de 1959 y que hoy trabaja diversificada en 6 sectores distintos: industrial, con proyectos realizados para empresas como Repsol, CEPSA o Técnicas Reunidas; edificación, construyendo edificios singulares y centros comerciales; obra civil, con edificación de puentes en autovías e infraestructuras para las redes ferroviarias; hidráulico, para trasvases de agua; bienes de equipo; y, recientemente con una nueva patente propia de aparcamientos en altura desmontables.

Respecto de la cooperación empresarial dijo que no es fácil por estar inmersos en el día a día de la empresa, que no siempre permite compartir experiencias con otras empresas. Valoró el trabajo del IPEX pero dijo que podría reforzar el contacto y apoyo a las empresas y de ITECAM también se pronunció como una asociación muy

interesante para que se produzca el apoyo y la cooperación entre empresas, como ocurre con la suya.

Juan Pablo Menchén, director general de Grupo de empresas Parrós, del sector de la construcción, siderometalurgia, especializada en el sector ferroviario y en energías renovables dijo que la maquinaria de Parrós incrementa los rendimientos manteniendo los estándares de calidad en la ejecución de los proyectos. El taller de I+D propio con el que cuenta la empresa les ha facilitado la entrada, con filiales de la empresa, en países como Arabia Saudita; Marruecos, donde tienen una planta termosolar cuya ampliación prevista en una segunda fase la convertirá en la mayor del mundo; Chile, con la renovación del ferrocarril en este país, o Israel. Respecto de la experiencia exportadora, Menchén dijo que proyectos como el del AVE La Meca-Medina Parrós ya estaban allí antes de que se diera la concesión al consorcio español, lo que hizo que la empresa actuara más que como un proveedor, como un socio. También que la Marca España en el sector industrial no está a la misma altura que en el deporte, aunque poco a poco va cogiendo peso en el exterior.

De la cooperación empresarial dijo que es muy importante sobre todo por la importancia que tiene la dimensión de una empresa cuando sale al exterior para aprovechar sinergias y conocimientos, que hay que tener una estructura y planificación frente a la improvisación y que hay que aprovechar la información, red de contactos, para conocer el mercado. Terminó diciendo que echa en falta la profesionalización del sector público.

Jesús María Espinosa, director general de Electrozemper, empresa familiar que se creó en los años 50 y que se dedica a la iluminación de emergencia, comenzó la exportación en el año 1992. Hoy tiene presencia en 25 países con filiales en Francia y Bélgica, y oficinas en Marruecos, Colombia, Chile, China y Shanghái. Espinosa dijo que casi todo el personal de la empresa es de la región y que se pueden hacer muchas cosas con los castellanomanchegos, tanto dentro como fuera.



Venancio Alberca Gómez-Galán, Presidente de ITECAM y Gerente de Cojali.



Rafael Rodríguez Novillo, Gerente de Industrias Metálicas ANRO.



Juan Pablo Menchén, Director General de Grupo Parrós.



Jesús María Espinosa, Director General de Electroemper.



Francisco Pardo Piqueras, Vicepresidente del grupo de empresas Tecnové.



Miguel Ángel Cepeda Zaragoza, Gerente de Puertas Sanrafael.

Respondió a la pregunta de cómo llegar a los clientes diciendo que lo primero es asistir a ferias o misiones comerciales y que después, en una segunda fase, es cuando ves que el país de destino dirige lo que tienes que hacer, ya que en cada lugar las condiciones e ideosincrasia son distintas. Dijo también que el sector industrial emplea a muchos más trabajadores que el agroalimentario y que hay que desarrollar este sector con personal cualificado y con idiomas.

Terminó diciendo que si las empresas de determinado tamaño, como las representadas en la mesa, necesitan de colaboración y cooperación, las pequeñas aún más y que el IPEX es el instrumento, la llave y el apoyo ideal con el que puede contar cualquier empresa en su expansión exterior.

Francisco Pardo, vicepresidente de Tecnové, empresa cuyos comienzos se remontan a 1986 cuando se fundó como una pyme carrocera, es un conglomerado de 9 empresas con más de 1.000 empleados. Vende en 61 países con una red de 11 filiales y con 3 líneas de negocio, siendo líder en transformación de vehículos especiales con cualquier proyecto a medida sobre una plataforma móvil; también el transporte refrigerado, con una cuota del 40% del mercado en España. Tecnové es la empresa de señalética, y, recientemente, están desarrollando la construcción de campamentos y los servicios necesarios como catering, limpieza,... para compañías con enormes proyectos de infraestructuras y con necesidad de albergar a cientos de personas en lugares donde hay que alojar a trabajadores para el desarrollo de grandes infraestructuras. Esta actividad está creciendo mucho y tienen como clientes a distintas empresas multinacionales, gobiernos de países, incluso la ONU. En 1998 comenzaron su internacionalización y hoy el 65% del de su facturación proviene de proyectos en el exterior. Pardo refirió que en Castilla-La Mancha no hay ninguna razón para tener poca autoestima, que es una región con dificultades pero también con un gran potencial. También indicó que la crisis en el sector del metal hizo desaparecer 10.000 empresas en los últimos

ocho años pero que con esfuerzo, profesionalidad y autoestima se puede conseguir el éxito. Con respecto al apoyo al sector industrial en España dijo que debería ser una cuestión de estado y que en nuestro país el sector ha perdido un 5% en la aportación al PIB, estando en la actualidad en el 15% y siendo en Europa del 20%, lo que significa que hemos perdido peso en la industria en España, entre otras cosas porque el precio de la energía encarece los costes de producción. También indicó las dificultades de la obtención de financiación segura. De la importancia de la Marca España destacó que nuestro idioma, hablado por más de 500 millones de personas, oficial en muchos países, es un gran intangible. Indicó también que se podría aumentar el apoyo desde las embajadas españolas en el mundo como ocurre con algunos de nuestros competidores más cercanos. Tecnové, que comenzó a exportar en 1998 reconoció que les costó años comenzar a cerrar operaciones, siendo difícil los comienzos. Todo el personal de la empresa tiene que estar mentalizado y comprometido con la internacionalización, además de la importancia de dominar el inglés, incluso otras lenguas, concluyó Francisco Pardo.

Miguel Ángel Cepeda, gerente de Puertas San Rafael, indicó que su empresa también es familiar, que la burbuja inmobiliaria que había en España hizo que en 2008 se construyeran 860 mil viviendas, pasando a las 60 mil del año pasado, lo que hizo que empresas fabricantes de puertas no pudieran sobrevivir descensos del 30% y más anualmente en su facturación. La empresa, dijo Cepeda, no se dedica a vender puertas, sino a estudiar la demanda del cliente, fundamentalmente femenino, detectando cuáles son sus necesidades y lo que quieren. Concluyó diciendo que es una ventaja que exista la industria y que la principal aportación de este sector en la economía es que al ser tan amplio y diversificado se puede resistir más una eventual crisis. Tras las intervenciones iniciales se mantuvo un interesante debate entre los componentes de la mesa redonda con participación del público.

TEJIDO EMPRESARIAL DE LA CIUDAD DE VALDEPEÑAS

125

- ENCLAVE ESTRATÉGICO JUNTO AL CASCO URBANO DE VALDEPEÑAS
- JUNTO A LA AUTOVIA A4
- JUNTO A LA CM-412 A CIUDAD REAL
- SERVICIOS:
 - REDES DE ABASTECIMIENTO
 - ELECTRICIDAD
 - ALUMBRADO PÚBLICO
 - FIBRA ÓPTICA
 - CANALIZACIÓN TELEFÓNICA



Ayuntamiento de
Valdepeñas



Los intangibles como palanca de valor internacional: los servicios y el valor de la marca

El director del IPEX, **Fernando Laviña**, tras agradecer la presencia de los asistentes presentó la mesa redonda diciendo que, tras haber programado las mesas de agro e industrial, no podía faltar la de servicios, más difícil de tratar porque los intangibles y conceptos como innovación, digitalización, marca, diseño, como partes que envuelven a una empresa, son más difíciles de cuantificar, aunque todo ello hace que se le otorgue mayor valor a los productos. También recordó que la internacionalización está acompañada de otras líneas es-

tratégicas dentro del Plan Adelante, puesto en marcha por la consejería de Economía, Empresas y Empleo de Castilla-La Mancha.

El director de Promoción de Bienes de Consumo y Servicios del IPEX, **José Félix González** moderó la mesa y presentó a los ponentes. Dijo que desde hace 6 años están desarrollando proyectos para intangibles en el IPEX con empresas que han desarrollando imagen de marca, de tecnología de la información, arquitectura, etc.

Félix Bellido, Presidente de la compañía Miguel Bellido, fue el primero en intervenir. Definió a su grupo de

empresas como familiar, con más de 40 años exportando. En la actualidad exporta a más de 30 países. Bellido definió intangible como una patente, marca, diseño, saber hacer, frente a lo que sería un edificio, una máquina, y que se puede producir en cualquier parte del mundo pero la cuestión es cómo añadir valor, conocimiento, intangibles, a nuestra oferta. La marca hay que crearla y protegerla y tiene que existir el diseño con oferta diferencial, ganar reputación, un buen saber hacer y trato con los clientes.

Félix Bellido planteó el problema que se ha dado en muchas ocasiones en



las que los diseñadores no ven del todo que, además de sus creaciones, haya una gran responsabilidad por parte de la estructura empresarial que necesariamente tiene que existir para responsabilizarse de todas las demás cuestiones aparte del diseño. Puso el ejemplo de Armani, como un diseñador que sí supo ver esto y que buscándose un empresario consiguió una gran empresa. Por otro lado, es necesario que las empresas del sector inviertan en diseñadores, sabiendo que son una parte importante del desarrollo empresarial.

Fernando Jiménez, socio fundador de Amaranto Consultores, dijo que su empresa se fundó hace 10 años y que trabajan en el sector de la externalización de servicios para grandes compañías. Con sedes en España y también en China, la empresa desarrolla su producto basándose en el

talento -el 80% de sus empleados son ingenieros- tratando de estar siempre por delante de las demandas del mercado y de sus posibles competidores. Jiménez concluyó diciendo que para ellos el cliente es el que marca las acciones que tiene que desarrollar la empresa, por lo que lo primero es conocer las necesidades del cliente.

Emilio Sánchez, director general de TASH Arquitectura, presentó su empresa de arquitectura, ingeniería y consultoría de edificación especializada en el sector hospitalario. Tiene oficinas en Perú, Colombia y Panamá, y sucursales en varios países de Centroamérica y Caribe. Sánchez dijo que el modelo de su actividad empresarial no es tanto exportar como instalarse en el exterior, aunque los servicios de diseño sean producidos en Toledo. Sánchez fue el primero en ▶



José Félix González, director de Promoción de Bienes de Consumo y Servicios del IPEX.



Félix Bellido, Presidente de Miguel Bellido. OLIMPO.



Fernando Jiménez, Socio de Amaranto Company y Cofundador de playthe.net.



Emilio Sánchez-Horneros, Director General de TASH, Taller de Arquitectura Sánchez-Horneros.



Samuel Álvarez González, Director General del Grupo In-Nova.



Antonio Fernández-Pro, Co-Founder & CEO en Nexora Solutions.

referir que el sector servicios es el gran incomprendido en la sociedad económica española, entre otras cosas, dijo, porque el volumen de facturación no es tan alto como el de otros sectores y añadió que tienen que verse los servicios como un sector estratégico más que como el aporte al PIB, ya que nuestras empresas son muchas veces punta de lanza de otras empresas como constructoras, por ejemplo, que sí que aportan mucho al PIB.

Samuel Álvarez, director general de Grupo Innova fundó su compañía con su hermano; dos ingenieros de telecomunicaciones que se plantearon vender conocimiento y tecnología punta en los segmentos de seguridad y defensa. En la actualidad trabajan con empresas de fuera de nuestras fronteras en países como Israel o Estados Unidos y los crecimientos de los dos últimos años han sido del 50% y 30% respectivamente, creciendo así en la crisis, aunque a base de un gran esfuerzo, sacrificio y muchos viajes internacionales. Tienen presencia en Latinoamérica, Estados Unidos, Oriente Medio, Europa, África Central y según Samuel Álvarez, el conocimiento es el intangible más valioso. En este momento la compañía está apostando también por el producto, como los drones y otros.

Antonio Fernández-Pro es el director general de Nexora Solutions, que nació como una pequeña empresa hace seis años y que quería hacerse un hueco en el mundo de la creación de páginas web, virtualización, comunicaciones y que, con diversos productos en su cartera, creció mucho en tan solo dos años. Desde el principio ya tenían más clientes en el Reino Unido que en España y se apoyaron en el asesoramiento y servicios prestados por el IPEX. Como plantilla pasaron de ser los dos socios fundadores a unos 40 empleados. Pero en una segunda etapa se plantearon centrarse en dos cosas: mercado y producto, desarrollando aplicaciones móviles y páginas web, tratando de ser muy buenos en estas dos cuestiones, colaborando también con distintas universidades. El director de Nexora indicó que hay que consoli-

dar líneas, clientes y productos e ir avanzando. También hubo un momento en el que se plantearon desarrollar productos propios, de turismo, y ahora combinan los servicios que prestan a clientes con los estos otros productos propios que comercializa la empresa.

Tras las presentaciones de las empresas, el moderador planteó varios contenidos para ser abordados por los ponentes como la implementación del diseño en el canal de ventas. Se dieron diferentes visiones en cuanto a la importancia concedida al diseño por cada uno de los participantes en la mesa. Para Emilio Sánchez, la consideración del conocimiento está por encima del diseño, que en su empresa sería secundario, y planteó a sus compañeros la problemática que existe en el sector servicios acerca de los registros de propiedad, patentes y marcas, y de la protección de estas marcas y diseños que difiere mucho de lo que sucede en España a otros países, a lo que Bellido apuntó que en España se registra un 70% menos marcas que en otros países de nuestro entorno como Francia.

Otro asunto tratado fue la fiscalidad internacional. Todos los ponentes indicaron esta como una de las mayores dificultades en la internacionalización y las ventas en el exterior, y que no existe una cualificación en las empresas de contabilidad para poder solucionar los problemas del día a día. El que cada país tenga sus normas y leyes hace que tengan que conocerse para no incurrir en errores con las administraciones tributarias de cada lugar donde se opera. Con respecto a la Agencia Tributaria Española, también coincidieron varios empresarios en que no saben dar solución a varias cuestiones de la normal operativa comercial internacional del sector de los servicios.

La mesa redonda concluyó abordando la cooperación entre empresas y la importancia que puede tener para una pyme contar con la experiencia de otra empresa en un determinado mercado para que le pueda ayudar en las cosas que muchas veces solo se aprenden después de haber pasado por la experiencia en ese país.



TOMELLOSO

Capital de la Mancha



Representantes de 30 países realizaron 911 reuniones con empresarios

La 1ª edición de IMEX Castilla-La Mancha contó con una presencia internacional de 30 Países. Los representantes fueron consejeros económicos y comerciales, directivos de Cámaras de Comercio bilaterales y expertos consultores. En total se contabilizaron

911 reuniones con empresarios en su mayoría de Castilla-La Mancha. Destacó la presencia de los representantes de la red externa de IPEX, que cuenta con cinco oficinas en: Alemania, China, EE.UU., Hong Kong, Japón. Los consejeros comerciales coin-



Embajada de la República de Albania en España.



Alemania - Instituto de Promoción Exterior de Castilla - La Mancha (IPEX).



cidieron en que las consultas atendidas fueron de un alto nivel, lo que demuestra el interés por la internacionalización de las empresas de la región, que en comparación con otras regiones están bastante preparadas para afrontar la su salida al exterior.



Brasil, Inverbras.



Maya Stanislova, de la Cámara de Comercio Hispano-Búlgara.



Sofía Zapata, de la consultora Excom Solutions representando a Colombia.



Embajada de la República Argelina en España.



Tomás Pablo, de Wolf y Pablo Consultores, representó a Chile.



China, Instituto de Promoción Exterior de Castilla - La Mancha (IPEX).



Quabbala Abogados y Economistas representó a China y Hong Kong.



EE.UU. - Instituto de Promoción Exterior de Castilla - La Mancha (IPEX).



Adrián de la Guida, de la Cámara de Comercio de EE.UU. en España.



Embajada de los Emiratos Árabes Unidos en España.



Hong Kong, Instituto de Promoción Exterior de Castilla - La Mancha (IPEX).



Japón, Instituto de Promoción Exterior de Castilla - La Mancha (IPEX).



Japón, por Japan External Trade Organization (JETRO).



Representantes del Banco Nacional de Guinea Ecuatorial, BANNGE, atendieron numerosas consultas en su stand. Carlos Endje Ngonde Oma, director adjunto, encabezó la delegación del banco africano.



La consultora de negocio internacional Job Servicios está especializada en negocios con Guinea Ecuatorial. Alberto Rey, CEO de la empresa, atendió la demanda de entrevistas de los empresarios castellanomanchegos.



Kazajistán y Uzbekistán, dos países con fuertes perspectivas de crecimiento, estuvieron representados por la empresa consultora ESKZ GLOBAL.



La Embajada del Reino de Marruecos en España estuvo representada por Soukaina Filali, Consejera Comercial y Abderrahman Talhaoui, Consejero Económico y de Asuntos Comerciales.



Manuel Carlos Pérez, director en España de la Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la República Mexicana (ANIERM).



Perú fue el país invitado. Su Oficina Comercial representó la presencia del país andino en Castilla-La Mancha.



La Embajada de la República de Polonia en España tuvo su satand.



Ternum Group, asesoría de referencia en Polonia.



Embajada de la República Dominicana en España.



Gabriel Buzea, Ministro Consejero de la Embajada de Rumanía en España y Iulia Schnecker, Consejera Económica.



Singapur fue un mercado muy demandado. La firma Quabbala Abogados y Economistas atendió las consultas de este mercado.



El Gobierno de Venezuela estuvo representado por CVG INTERNACIONAL.





43 conferencias de Negocio Internacional

Con el objetivo de ayudar a mejorar la competitividad empresarial de la región y la correcta internacionalización de sus empresas, IMEX Castilla-La Mancha llevó a cabo un completo programa de 43 conferencias y tres mesas redondas en las que participaron 80 expertos de negocio internacional. En las tres salas de conferencias se sucedieron

ponencias consecutivas y de manera simultánea, en la que se trataron temas tan diversos como la internacionalización del sector agroalimentario e industrial castellano manchego, los incentivos y apoyos sociales de diferentes localidades de la provincia, los intangibles, financiación y medios de pago, e-commerce o la digitalización de la empresa, entre otros.



El IPEX impartió una interesante conferencia sobre la nueva normativa para el sector agroalimentario en Estados Unidos y los nuevos desafíos que afrontar para entrar en este mercado.



Exporta tu valor sin riesgos. Salta al exterior con cero incertidumbres fue la conferencia impartida por Globalcaja, principal patrocinador de la 1ª edición de IMEX Castilla-La Mancha.



El ICEX indicó cuáles son las estrategias de internacionalización con éxito. Contó con experiencias empresariales.



El stand de Globalcaja tuvo un programa de interesantes conferencias que versaron sobre el capital humano, las recomendaciones de transporte y aduanas para el comercio internacional, y la exportación y contratación internacional.



DHL, empresa expositora, programó dos talleres sobre aduanas y requerimientos de la legislación aduanera y sobre los negocios con China. En la foto Luis Hernández, presidente de China Gestión.



La entidad financiera Bankinter, a través de su directivo de estructuración internacional Andrés Aroca, habló sobre los instrumentos financieros en el Negocio Internacional.



Jesús Martín y Rodríguez Caro, Alcalde-Presidente del Ayuntamiento de Valdepeñas.



Elena Oliva Santa Cruz, Directora Docente de Get brit!



La alcaldesa de Tomelloso, Inmaculada Jiménez, encabezó la delegación municipal que contó también con la experiencia de dos cooperativas y la empresa Pramar, marca colaboradora destacada en la 1ª edición de IMEX Castilla-La Mancha.



pramar

Soluciones tecnológicas

WATER & ENERGY

139

**TRABAJAMOS POR
EL MEDIO AMBIENTE**

www.pramar.net



El stand de Bankinter fue muy visitado en la feria. El puente para la internacionalización que supone la entidad acercó a los visitantes las maneras de hacer negocio en México, Perú, Chile, Alemania y EE.UU.



José Tomás Saavedra Gombau, Director Negocio Internacional en la Territorial Castilla La Mancha de Banco Santander y Lorena Ruiz Ponce, Responsable Territorial Agro.



Rubén García-Quismondo, Socio Director de Quabbala Abogados y Economistas S.L.P.



Bernardo Muñoz, Consejero Económico Comercial de la Embajada del Perú en España.



Pilar Zamora Bastante, Alcaldesa de Ciudad Real y José Luis Herrera Jiménez, Concejal de Promoción Económica y presidente de Impefe.

La exportación es cosa nuestra

141



amec

Innovación, internacionalización y competitividad

***El compromiso de nuestra asociación empresarial,
el beneficio de compartir experiencias desde 1969.***

amec@amec.es · www.amec.es

[aefemac](#) | [afespan](#) | [alimentec](#) | [amecma](#) | [amelec](#) | [amtex](#) | [ascon](#) | [envasgraf](#) | [imape](#) | [amec urbis](#)



Guinea Ecuatorial, antigua colonia española, es un atractivo mercado para la inversión española. Alberto Rey Núñez, CEO de Job Servicios y Pedro Ndong Engono Bilogo, Director General de Job Servicios, expusieron las oportunidades de negocio en el país africano.



Antonio López Nieves, Jefe de Proyecto de Industrias Metálicas ANRO impartió una conferencia. La empresa también expuso.



Nicolás Mouze, Director de Marketing y Ventas de DHL Express.



Julián Nieva Delgado, Alcalde de Manzanares y Raquel Martín-Portugués, Técnico del Área de Promoción Económica del Ayuntamiento de Manzanares.



Rosa Melchor Quiralte, Alcaldesa de Alcázar de San Juan junto a Gonzalo Redondo, Concejal de Promoción Económica de Alcázar y Vicepresidente de la Diputación de Ciudad Real.



Rosa Ana Martínez Díaz, Responsable de Comercio Exterior Grupo Liberbank.

Bienvenido al Corazón de La Mancha

ALCÁZAR de SAN JUAN
un lugar para invertir

143

CIUDAD VIVA en ACTUACIONES INDUSTRIALES

Suelo Industrial

Integrada en la comarca natural de la Mancha, es una de las zonas más ricas de la región con una superficie de suelo industrial, muy por encima del promedio regional y nacional. Ciudad innovadora que apuesta por sectores industriales con alto contenido tecnológico.



CIUDAD VIVA en CARTA DE SERVICIOS A EMPRESAS E INVERSORES

Promoción Económica y Empleo

El Ayuntamiento de Alcázar de San Juan, a través de las Concejalías de Promoción Económica y de Empleo Social, desarrolla y gestiona las Políticas de Promoción Económica, Formación y Creación de Empleo de ámbito municipal.

SERVICIO DE PROMOCIÓN ECONÓMICA
SERVICIOS DE ORIENTACIÓN LABORAL
SERVICIOS DE FORMACIÓN



CIUDAD VIVA en TRANSPORTES Y COMUNICACIONES

Centro de Comunicaciones

Situada en el centro geográfico y punto de unión de las provincias de Castilla-La Mancha, se encuentra prácticamente equidistante de las costas que bordean la península ibérica.

Proyecto de
PLATAFORMA LOGÍSTICA INTERMODAL

MANCHA CENTRO



Ayuntamiento de
ALCÁZAR DE SAN JUAN



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE CIENCIA
E INNOVACIÓN



Ciudad de la Ciencia
y la Innovación

Puertollano es el municipio con mayor foco industrial de Castilla-La Mancha

Razones de peso para instalar su empresa en el corazón de hierro

144

Desde la oficina de Promoción Económica del Ayuntamiento de Puertollano se está trabajando en promocionar las empresas del municipio y también en tratar de captar inversión foránea. La ciudad, con una situación privilegiada, cuenta con numerosas razones de peso para que, tanto las grandes empresas multinacionales como las medianas y pequeñas tengan en cuenta varios factores que hacen de esta población castellanomanchega un referente para las empresas que presten sus servicios desde allí.

En el centro-sur de la Península Ibérica, Puertollano presume de una privilegiada situación geográfica y comunicaciones ya que está conectada con las principales ciudades españolas y está en el corredor Europa-África y hacia Portugal. Tiene una buenas conexiones por carretera; por ferrocarril, tanto de alta velocidad como convencional y transporte de mercancías; y un aeropuerto, el de Ciudad Real, a escasos 20 kilómetros. Además se están terminando de proyectar mejoras, como la vía ferroviaria entre Badajoz y Puertollano.

Las ventajas en las condiciones para el suelo industrial que ofrece el municipio, en pocos lugares de España se puede obtener. Un total de 5 polígonos, configuran la oferta de esta realidad empresarial. Cada uno de ellos tiene un ambiente exclusivo en función de la actividad de la empresa que allí se instala. Aragonesas, con industria auxiliar y manufacturas; Sepes, con empresas auxiliares del sector petroquímico; Cerro de la Azucena, comercial; Escaparate, comercial y servicios, y La Nava, un gran parque industrial que con sus dos millones de metros cuadrados ofrece suelo desde 2.000 m² hasta 200.000 m².

Otro atractivo son las ayudas y subvenciones a la inversión productiva. A las de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha y el Ayuntamiento de Puertollano, se suma la del Plan Nacional de la Minería y el Carbón, único mu-

nicipio de la región beneficiario de ésta.

Puertollano cuenta con un elevado número de profesionales cualificados y la ciudad dispone de una amplia oferta educativa. Una formación constante y de alto nivel sustentada por los diez centros de enseñanza, la Escuela Oficial de Idiomas y varios Centros de Investigación y Estudios entre los que destacan el Centro Nacional de Experimentación de Tecnologías de Hidrógeno y Pilas de Combustible (CNH₂); el proyecto CLAMBER (Castilla-La Mancha Bio-Economy Region) y el Instituto de Sistemas Fotovoltaicos de Concentración (ISFOC).

Casi dos terceras partes de la población se encuentra en edad laboral, lo que significa la dotación de recursos formativos con el compromiso para impulsar el crecimiento económico, la productividad y el desarrollo técnico. La bonita lectura del coloso monumento El Minero realizada por su escultor Pepe Noja y que en varias ocasiones se escuchó en la recientemente celebrada feria IMEX Castilla-La Mancha, dice mucho de las personas que viven en Puertollano. La monumental escultura de 9 metros de alto y 14 toneladas de un mine-



ro, sin corazón, “porque ese corazón son los ciudadanos de Puertollano”.

A las razones expresadas anteriormente para que una empresa elija Puertollano para instalarse, tanto la alcaldesa de la ciudad, Mayte Fernández, como el concejal de Promoción Económica, Carlos Mora de Marcos, añadieron la utilidad de la Agencia de Desarrollo FUNDESCOP, que fundada hace 18 años orienta y asesora a las empresas además de dar información sobre las mejores ubicaciones para los proyectos empresariales. Desde FUNDESCOP también se intermedia entre inversores y las administraciones públicas y se realiza orientación laboral, entre otras acciones.

