

INFORMACION COMERCIAL



Revista de la Cámara Oficial Española de Comercio, Industria y Navegación de Uruguay

NUMERO 78



Página 3



Página 16



Página 20



Página 22



Página 26



Ministro de Economía, Danilo Astori

**Justicia y eficiencia
fiscal para estimular la
inversión productiva**

Socios aprueban Memoria y Balance Anual del ejercicio 2005

Asamblea General en la Cámara Española

Participó el Embajador de España Fernando Valderrama y la Consejera Económica y Comercial María Peña. En la oportunidad, hizo uso de la palabra el presidente de la Junta Directiva de la Cámara, Francisco Lista Canabal, quien se refirió al cumplimiento del Plan de Actividades desarrolladas por la institución durante el ejercicio 2005, destacando especialmente la realización de desayunos de consulta, otras iniciativas de carácter formativo, como así también la atención a misiones comerciales procedentes de toda la geografía española.

El Presidente hizo especial hincapié en la presencia de la Cámara en la 100ª edición de la Expo Prado a través del Pabellón de España, con el que la Institución está en la Feria desde el año 1983, participación a la que calificó como "el evento de promoción más importante que desarrollamos".

Destacó y agradeció el apoyo de BBVA, Compañía Uruguaya de Cemento Portland y P & A Consultores, en la realización de los ya mencionados desayunos de consulta, que contaron con la participación de destacadas personalidades del quehacer nacional.

Lista Canabal también mencionó la publicación de la revista Información Comercial de la Cá-



mara Española y destacó su rol como órgano de difusión de las diferentes actividades desarrolladas por la Institución, "a través de interesantes notas", dijo, al tiempo que agradeció el aporte profesional que realiza a dicha publicación la consejera María Peña.

El embajador Fernando Valderrama por su parte, formuló algunos comentarios respecto a la inversión que la empresa ENCE realizó en nuestro país, a la que calificó como "la inversión más importante de España en Uruguay".

Manuel Barros es el nuevo Presidente

El miércoles 10 de mayo se celebró la primera Junta Directiva posterior a la Asamblea General de la Cámara Española y como lo marcan los Estatutos, tuvo lugar

en ese ámbito la distribución de cargos, resultando electo presidente el directivo Manuel Barros Rivadulla (de la empresa LERSOL S.A.)

Al flamante Presidente, acompañarán en la nueva Junta Directiva para el ejercicio 2006-2007 los siguientes directivos: como vicepresidente 1º, José Arijón (CAMUR S.A.); vicepresidente 2º, Angel Soria (BBVA); tesorero, Fernando Vidal (MAPFRE), contador, Juan Carlos Caporale (Distribuidora Cruz del Sur) y como vocales integrarán la Junta, Ricardo Arraga (Compañía Uruguaya de Cemento Portland); Eduardo Bongoll (CUDER S.A.); Juan José Domínguez (Compañía de Indias Ltda.); Miguel Lara (Grupo Ence); Francisco Lista (MAPA S.A.); Agustín López (Polifibra) y Julio Ríos (Hotel Holiday Inn Montevideo).

El miércoles 26 de abril, la Cámara Oficial Española de Comercio, Industria y Navegación celebró su Asamblea General Ordinaria de Socios en la que además, fueron electos tres miembros titulares para la Junta Directiva.

La Feria celebrará este 2006 su edición número 101

La Cámara Española vuelve a decir presente en la EXPO PRADO

En su edición número 101, la EXPO PRADO 2006 se desarrollará este año desde el miércoles 6 de septiembre y se extenderá hasta el domingo 17 del mismo mes inclusive. Como acontece desde 1983, nuestra Cámara, a través del Pabellón de España, volverá a estar presente en la Muestra Internacional, Agroindustrial y Comercial del Prado, la mayor Feria en su tipo que se realiza en nuestro país.



Como nuestros lectores saben, la Muestra Internacional, Agroindustrial y Comercial del Prado es la Feria más importante en su género que se realiza en Uruguay y al mismo tiempo es una de las principales que se desarrolla en la región.

Como en los últimos 22 años, España estará presente en el Exposición del Prado a través del Pabellón de la Cámara Oficial Española de Comercio, Industria y Navegación.

La participación de la Cámara Española en la EXPO PRADO es considerada por nuestra Ins-

titución como la actividad promocional más importante que organiza en el año.

Precisamente, para participar en la edición 101 de la Muestra, el personal de nuestra Cámara ya se encuentra trabajando para preparar y atender con la suficiente antelación todos los de-

talles que hacen al diseño y montaje del Pabellón de España para este 2006.

Como se verifica en cada edición de la Muestra, a los ya tradicionales expositores del Pabellón se sumarán seguramente este año otras nuevas empresas.

Y a ese objetivo ya se está apuntando.

Como expresamos al inicio de la presente nota, este 2006 la Muestra Internacional, Agroindustrial y Comercial del Prado abrirá sus puertas el miércoles 6 de septiembre y permanecerá abierta al público hasta el domingo 17 inclusive.

Apostamos y ya estamos trabajando para que nuestro Pabellón vuelva a ser como todos los años el punto de encuentro para conocer y adquirir los productos y servicios que España pone a disposición del consumidor uruguayo.

Además, en estos 22 años de participación permanente en el Prado, el Pabellón de España ha sido galardonado reiteradamente, constituyendo uno de los más laureados de la Exposición en su categoría, «Embajadas y Cámaras de Comercio», por parte de la Asociación Rural del Uruguay (ARU).

Varios Primeros Premios y Menciones Especiales han distinguido a nuestro Pabellón. Y aspiramos a la obtención de un nuevo galardón en este 2006.

Pero más allá de los premios y las distinciones, desde nuestro Pabellón nos alienta el objetivo de posibilitar una mayor comunicación empresarial y comercial entre España y Uruguay.

Uno de los Pabellones preferidos por la gente

Como lo registran las mediciones de público que se realizan

diariamente durante cada edición de la Muestra, el Pabellón de España, es uno de los más visitados durante la Exposición, lo que lo hace sumamente atractivo para las empresas expositoras a la hora de promocionar y vender los productos y servicios que representan en el mercado uruguayo.

Excelente ubicación en el predio ferial

Ubicado estratégicamente sobre Avda. Domingo Ordoñana, donde ocupa el primer lugar por la entrada que da acceso al predio a través de Avda. Buschental, nuestro Pabellón volverá a ser este año 2006 gran protagonista de la EXPO PRADO y un referente para los miles de visitantes interesados en conocer lo que les ofrece España, tanto en productos como en servicios.

¿Su vehículo está en condiciones de circular?

El conducir un vehículo otorga derechos y deberes, sea un conductor responsable, realice la inspección técnica vehicular obligatoria para vehículos hasta 2001 inclusive. Es por su seguridad, la de los suyos y la de los nuestros.

PLANTA DE INSPECCIÓN TÉCNICA



La Paz 1970 y Democracia
Tel.: 401 61 43



De acuerdo a la resolución 6.451/91 de la I.M.M., la inspección técnica es obligatoria



Junta Directiva

Presidente de Honor

Excmo. Señor Embajador de España
D. Fernando Valderrama Pareja

Miembro de Honor

Ilma. Sra. Consejera Económica
Comercial
Dña. María Peña Mateos

Presidente

D. Manuel Barros

Vicepresidente Primero

D. José Arijón

Vicepresidente Segundo

D. Angel Soria

Tesorero

D. Fernando Vidal

Contador

D. Juan Carlos Caporale

Vocales (orden alfabético)

- D. Ricardo Arraga
- D. Eduardo Bongoll
- D. Juan José Domínguez
- D. Miguel Lara
- D. Francisco Lista
- D. Agustín López
- D. Julio Ríos

Suplentes

- D. Benito Grande
- D. Julio Pino
- Dña. Montserrat Ramos
- D. Alejandro Aguerre
- D. Julio Arocena
- D. José María García

Gerente / Secretaria General

Dña. Carmen Miranda
Agosto de 2006 - No. 78
Publicación periódica editada por
Cámara Oficial Española de Comercio,
Industria y Navegación
Calle Treinta y Tres 1317
11000 Montevideo – Uruguay
Teléfonos: (598-2) 9154404 – 9153888
Fax: (598-2) 9161314
e-mail: camaco.es@camaco.es
www.camaco.es

INFORMACION COMERCIAL

Revista de la Cámara Oficial Española de Comercio, Industria y Navegación de Uruguay

Sumario



Asamblea
General en
la Cámara
Española

1



La Cámara
Española
vuelve a decir
presente en la
EXPO PRADO

2



María Peña
Mateos
"ESPAÑA,
TECHNOLOGY
FOR LIFE"

5



Danilo Astori

10

"Justicia, eficiencia y coherencia con
el estímulo a la inversión productiva"



Manuel Barros
"Uruguay
genera
confianza en
los inversores españoles"

16



La Fundación Braille de Uruguay
recibió premio de Panda Software

18



El Senador Sergio Abreu
disertó en la Cámara Española

20



Plenario de Cámaras Españolas
de Comercio en Madrid

22



Desayuno de Consulta
con el Ec. Fernando
Lorenzo

24



España se compromete con
Uruguay para el éxito de la XVI
Cumbre Iberoamericana

26



Grupo Sedine Ingenieros
se instalará en Uruguay

28



Se entregaron diplomas a los
egresados del Master

30

NOTICIAS BREVES



Desayuno de Consulta
con el Ministro Héctor Lescano

31



Exporta 2006: Congreso para la
internacionalización empresarial

32



MINISTERIO
DE INDUSTRIA, TURISMO
Y COMERCIO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO Y COMERCIO

Producción General

Bizarro
Av. Brasil 2564 / 102
Tel.: (598 2) 706 82 98
grupobizarro@bizarro.com.uy

Producción Periodística

Daniel García Collesel
Cel.: 094 186 480
Dpto. Comercial
Grupo Bizarro S.A.
Tel.: 706 82 98

Diseño y armado

Gustavo Topolanski Algorta
Tel.: 094 247 188
Fotografías
Grupo Bizarro S.A.
Tel.: 706 82 98

Impresión

Prontográfica
Cerro Largo 850
Tel.: 902 31 72
Dep. Legal:

El “Made in Spain” desde la óptica de los bienes industriales y la tecnología.

“ESPAÑA, TECHNOLOGY FOR LIFE”



Escribe la Consejera Económica Comercial

María Peña Mateos



Opera de Valencia

Ya en una ocasión anterior, se ha tratado a través de estas líneas el concepto de «imagen o marca país», que puede definirse como el conjunto de percepciones u opiniones que se tienen sobre la realidad de un país determinado, agrupadas generalmente bajo cuatro dimensiones: política, social, tecnológica y económica. De la imagen país derivamos en el llamado «efecto made in», es decir, el conjunto de atributos subjetivos (fortalezas o debilidades) que se asocian espontáneamente a un

bien o servicio a través de su origen, aumentando o disminuyendo su valor.

Como sabemos, la existencia de una marca país fuerte y bien posicionada es un factor crítico para fortalecer la competitividad de los bienes y servicios de ese país, generando una relación bidireccional que debe retroalimentarse en un círculo virtuoso de forma que, las marcas de más reconocido prestigio actúen como impulsoras de la imagen país en su conjunto y ésta a su vez actúe como aval de estas y

otras marcas en sus estrategias de internacionalización. Ello no siempre ocurre, pudiéndose ejercer exactamente el efecto contrario. Algún ejemplo es claramente significativo: cuando BMW compró Rover, una de las dificultades del relanzamiento de la marca británica era la pérdida de confianza de los mercados internacionales en el Made in Britain. De esta forma, el lanzamiento del nuevo Rover 75 se realizó con el siguiente mensaje: «Estilo inglés. Ingeniería Alemana».

Nuestra imagen en el exterior, si

¹ Extraído de «Made in Spain .Hecho en España. La imagen de España y sus marcas en el mundo». Foro de Marcas Renombradas con el Patrocinio del ICEX.



bien posee elementos positivos (democracia joven y fuerte; económicamente desarrollada y estable; líderes en calidad de vida...), es en muchos aspectos incompleta. Aún cuando una de sus principales características es su falta de heterogeneidad por mercados geográficos, existe una conclusión común en prácticamente todos los estudios que se realizan: aún con matizaciones, la imagen de España se percibe muy por debajo de su realidad económica, social y cultural actual. Esto es, la octava mayor economía del mundo y la séptima de la OCDE, con una tasa de crecimiento del PIB superior a la media de la Unión Europea, y por encima de la de Reino Unido, Francia, Alemania o Italia. Una de las principales razones de ello es la rapidez con que ese desarrollo se ha producido, generando un desfase entre la España de hoy y la imagen (a veces sesgada con arquetipos y tópicos) que se tiene de nuestro país en algunos de nuestros mercados de exportación.

La principal implicación es que si bien el «made in» y el «Spanish way of life» genera un efecto muy positivo en la sociedad de consumo (ocio, gastronomía, hábitat, moda, etc.) y servicios (por la proximidad con que se



Sistemas de radar y telecomunicaciones de tecnología española

percibe el carácter español), existen por el momento escasas relaciones sugeridas por la tecnología, el medio ambiente, el desarrollo de infraestructuras e incluso las telecomunicaciones, que no actúan aún suficientemente como garantía de fiabilidad y prestigio de nuestras exportaciones con alto contenido tecnológico.

Invertir en imagen país. Plan de internacionalización de la tecnología del ICEX

Todos somos conscientes que lo más difícil está hecho, puesto que hoy España «se puede vender», si bien es preciso adaptar nuestra imagen país a

nuestra propia evolución tecnológica y económica, de forma que España pueda ser percibida como lo que realmente es: líder en muchos sectores (primer país industrializado en sistemas de producción de agua desalada; segundo productor mundial de energía eólica; líder europeo en sistemas de control de tráfico aéreo, por poner algunos ejemplos) y un país medio elevado en muchos otros.

Con objeto de reforzar la imagen internacional de España – y del «made in Spain»- en el ámbito industrial y tecnológico, se ha puesto en marcha por el Instituto de Comercio Exterior



(ICEX) el Plan de Internacionalización de la Tecnología, bajo el eslogan «España, Technology for life». En el se potencian e integran los tres niveles en los que el ICEX trabaja sobre la imagen país: la imagen general de España, la imagen sectorial (creación de una identidad común a modo de paraguas para aquellos sectores económicos más fuertes en términos de tecnología, diseño y calidad) e imagen de marca, con acciones directamente dirigidas a marcas y empresas.

Dicho plan viene a unirse a otros planes sectoriales ya desarrollados por el ICEX, como Vinos de España (www.Winesfromspain.com) o Moda España (www.fashionfromspain.com) por poner algunos ejemplos. En este caso, y sólo para el período 2005 – 2007 cuenta con un presupuesto de 100 M • que se distribuyen en instrumentos de promoción, comunicación y formación, y que están apoyando el esfuerzo exportador de 2600 empresas españolas agrupadas en cuatro grandes sectores de actuación: infraestructuras, energía y medio ambiente, tecnología industrial y telecomunicaciones y tecnologías de la información.

Entre sus principales activida-



Parque eólico

des cabe mencionar: desde el punto de vista de la promoción, la participación en ferias, las misiones inversas- viajes de compradores o prescriptores de opinión a España para conocer la oferta española en el sector, o jornadas técnicas dedicadas a un determinado sector entre empresas y potenciales clientes, para la detección de oportunidades de internacionalización. En segundo lugar, desde el punto de vista de la formación, podríamos incluir desde los Seminarios sobre un sector y /o mercado geográfico concreto hasta el Programa PROPEX, para la captación y formación de profesionales extranjeros para su incorporación a los planes de internacionalización de empresas españolas, introduciéndolos a la realidad socioeconómica de España.

Por último, como tercer pilar del plan, aunque no por ello menos importante, se destaca el Plan de Comunicación Internacional, uno de cuyos principales elementos es el portal ICEX para importadores extranjeros: www.spainbusiness.com.

A través del citado portal se puede acceder a los llamados Directorios de oferta, por el momento cuarenta directorios sectoriales (desde equipos, instalaciones y servicios para el tratamiento de residuos sólidos hasta tecnología sanitaria, pasando por equipos de telecomunicaciones o maquinaria para la madera), con información sobre 3000 empresas y más de 5000 productos. Asimismo, permite el acceso a las Notas, Flashes y Cuadernos sectoriales, estudios sobre la experiencia, oferta y proyectos de em-

INFORMACION EN INTERNET

TECNOLOGIA DE ESPAÑA

www.technologyreview.com/microsites/spain



SPAIN BUSINESS

Directorio de empresas españolas

www.spainbusiness.com



INTERES- INVERTIR EN ESPAÑA

www.interes.org





presas españolas en áreas especialmente relevantes como concesiones de infraestructuras, refuerzo institucional, ferrocarriles, puertos, aeropuertos y carreteras.

Para completar dicha intensa labor de comunicación y de acercamiento de la oferta española a la demanda, se ha desarrollado un convenio de comunicación e imagen de la oferta industrial y tecnológica española con el Massachusetts Institute of Technology (MIT) con reportajes sobre los éxitos de los sectores y empresas españolas en la revista Technology Review, de forma que en dicha difusión tengamos el apoyo del principal prescriptor de opinión desde el punto de vista tecnológico a nivel internacional. Existen asimismo otros acuerdos con OOH, como por ejemplo con la Corporación Andina de Fomento, que tiene como objeto específico proyectar, en los países de la región iberoamericana, las mejores experiencias y prácticas de organización, planificación y gestión del sector de infraestructuras, tomando como base la experiencia española en el contexto europeo.

Conclusiones

Por continuar con los ejemplos, que seis de las diez em-



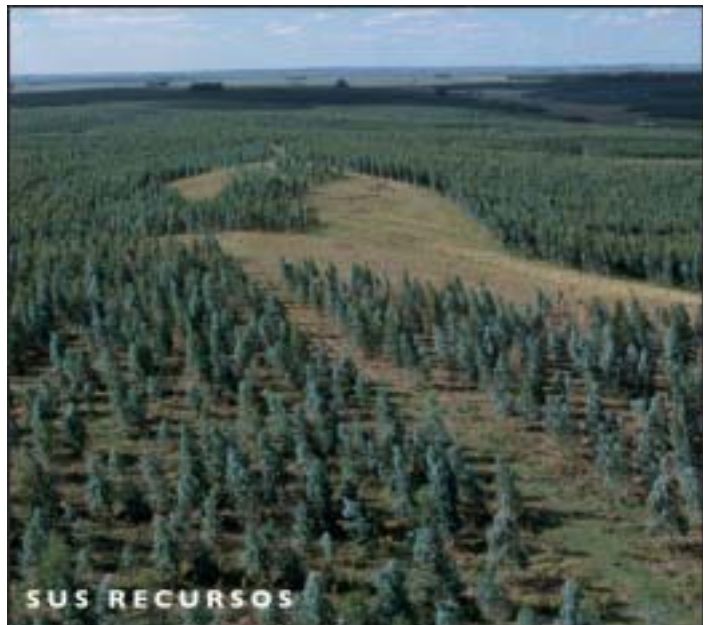
Artículos del MIT sobre la Tecnología española



presas con mayor número de concesiones de transporte en el mundo sean españolas; que las empresas españolas sean líderes en sistemas de riego, o líderes europeas en bioetanol, o que la operadora española de Metro de Madrid sea la tercera mayor del mundo, son datos que algunos conocen pero que a una amplia mayoría, especialmente no vinculada directamente con el sector, sorprenderían.

El objetivo a través de estas líneas ha sido tratar de acercar la imagen de España a su verdadero potencial, basado en nuestra realidad y la de nuestras empresas, y que mejor instrumento que la revista de la Cámara de Comercio española, fundiendo los objetivos de ambas instituciones, Administración y sector privado, en una labor común de continuar mejorando nuestra imagen exterior y en consecuencia nuestros vínculos comerciales con nuestros países de destino.

A nuestros lectores, les queda el compromiso – después de haber llegado hasta el final de estas líneas- de ahondar y profundizar en nuestra oferta para sus sectores de interés, o al menos – en caso de que lo fueran- dejar de formar parte de los escépticos.



Por eso elegimos invertir en Uruguay: porque sus recursos naturales, las características de su clima y suelos, junto con su política forestal nos ofrece todas las garantías para desarrollar nuestra estrategia empresarial.

ENCE, desde hace 15 años, comprometidos con el Uruguay. Comprometidos con vos.



Danilo Astori se refirió a los alcances de la reforma tributaria

“Justicia, eficiencia y coherencia con el estímulo a la inversión productiva”

En el marco de los Desayunos de Consulta organizados desde el pasado año por nuestra Cámara, el Ministro de Economía y Finanzas, Cr. Danilo Astori disertó el miércoles 5 de julio ante más de 200 personas que colmaron las instalaciones de la sala de conferencias de la Institución. El Cr. Astori se refirió a los lineamientos generales de la reforma tributaria que impulsa el Gobierno uruguayo, oportunidad en la que explicó que los criterios orientadores de la misma son “la justicia, eficiencia y coherencia con el estímulo a la inversión productiva”.





Antes que diera inicio la exposición del Cr. Astori, el Excmo. Embajador del Reino de España, D. Fernando Valderrama recordó que en estos momentos la Cámara Española transita “una nueva etapa” a través de la asunción de su nuevo Presidente, Manuel Barros Rivadulla. El diplomático expresó su deseo que dicha etapa sea “fructífera para el fomento de los intercambios bilaterales con España”. Dirigiéndose a los empresarios presentes que aún no eran asociados de la Institución, les alentó a que se acercaran a la Cámara “y pasaran a engrosar sus filas” en calidad de socios de la misma.

Acto seguido, el presidente de la Junta Directiva de la Cámara dio la bienvenida a los asistentes, y expresó que, “como una forma de contribuir al debate que se viene dando en nuestra sociedad sobre la reforma tributaria que impulsa la actual administración de gobierno, nues-

«Estamos presentando aquí un borrador, no es una propuesta acabada, aunque sí está definida en sus lineamientos fundamentales».

tra Cámara se honra en recibir al Cr. Astori, quien suma a su dilatada actuación política, como legislador primero y ahora como titular de la cartera de Economía y Finanzas, su experiencia docente y académica, en la que destaca su actuación como decano de la Facultad de Ciencias Económicas”.

“Más allá de las opiniones que se puede tener sobre este pro-

yecto en concreto”, añadió, “es indiscutible que el sistema tributario de Uruguay debe ser reformado en la búsqueda de su adecuación a las exigencias que impone la necesidad de un mayor crecimiento económico acompasado con una mayor equidad social. Es muy saludable que nos aprestemos a abordar una de las reformas estructurales que se debe dar sin demora. La importancia y alcances de un cambio de estas características impone que en la cuestión se involucren todos los actores políticos, económicos y sociales, a fin no sólo de lograr el consenso, sino a efectos de plasmar mejor el proyecto”.

“Sin duda”, continuó, “en las bases del crecimiento económico de los países, se ubica la captación de inversiones. Una de las claves para lograrla es contar con un marco tributario que las favorezca, que sea estable, claro y no esté sometido a vaivenes. Por tal razón debemos ser conscientes, primero, que los cambios que se

acometan en esta materia deben ser lo suficientemente sustentables en el tiempo y que, como consecuencia, los mismos marcarán la impronta del Uruguay en los próximos años”.

“Nuestra condición impone la referencia”, sostuvo. “Como es sabido hoy por hoy la de España es una de las economías más dinámicas del mundo. En los últimos años, el Estado, sin por ello ver afectados sus ingresos fiscales, ha buscado a través de la progresiva reducción de las cargas impositivas dotarla de mayor fluidez. Hace apenas unos días atrás fuimos convocados a Madrid los Presidentes de las Cámaras Oficiales de Comercio que funcionan en diversos países del mundo. Durante las jornadas de trabajo mantenidas en el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio se intercambiaron visiones y experiencias sobre la importante inversión que España tiene en los cinco continentes, en la que destaca la concentración que se opera en América Latina, donde



«Los tres pilares principales de esta reforma tributaria son: la gradual introducción del impuesto a la renta de las personas físicas; la revisión y análisis del conjunto de exoneraciones y exenciones tributarias».

es el segundo principal inversor, situándose detrás de los Estados Unidos y primero considerando los países de la Unión Europea. En ese contexto se analizó la importancia que las empresas le asignan, en el momento de decidir la inversión, a lo que representarán las cargas tributarias”.

“Es por eso, entre otras razones, que avalamos que en los objetivos de la reforma que se propo-

ne, se encuentre la promoción de una distribución más equitativa de la carga tributaria, mejorando la eficiencia del sistema, pero creemos que la reducción de la misma, que a futuro el Gobierno condiciona a la mejora y evolución de la economía, se debe operar ya como vía de alcanzar ésta y no en forma inversa. Estamos seguros que no se afectará la capacidad de recursos del Estado en la medida que, la reducción de la carga propiciará una mayor actividad económica que se reflejará en la recaudación. Confiamos en lo que usted mismo, señor Ministro, expresara en cuanto a que el cambio no busca recaudar más y, por otra parte, sabemos que el país no se puede permitir recaudar menos”, expresó el Presidente Manuel Barros Rivadulla.

Disertación del Ministro Astori

En su disertación en la Cámara Española, el Ministro de Economía calificó a la reforma tributaria que se plantea, como

DESAYUNO DE CONSULTA

“uno de los rasgos diferenciadores más importantes de esta gestión de gobierno”.

Para la elaboración de esta reforma se han desarrollado en lo previo instancias de diálogo e intercambio en diferentes áreas tales como política macroeconómica, empleo, legislación laboral, clima de negocios; y en los cuales se ha ido avanzando en un intercambio muy productivo y muy fructífero entre los representantes del sector privado y el gobierno.

Por otra parte, el Ministro Astori anunció en la oportunidad que «proponemos eliminar 15 impuestos al momento de la vigencia de la reforma», considerando a esta «una de las reformas estructurales más importantes que habremos de plantear y realizar».

En ese aspecto, dijo que dicha reforma es «uno de los rasgos diferenciadores más importan-



Por respetar el medio ambiente, recibimos la certificación ISO 14001.

Esto significa que hemos sido reconocidos por el esfuerzo y la dedicación en la preservación de nuestro entorno. La política medioambiental manejada en cada una de las plantas, implica constantes inversiones en tecnología, reconstrucción paisajística, forestación y análisis de gases emitidos, entre muchos otros controles. Nuestra consigna ha sido siempre la de producir cuidando el medio ambiente. Hoy, el certificado ISO 14001 nos llena de orgullo, renovando nuestros esfuerzos y ganas de continuar en el mismo rumbo.



tes de este Gobierno», por lo que «queremos contar con la más amplia difusión de la propuesta, pero sobre todo con la más abierta posibilidad de recibir comentarios, reflexiones, aportes, de los uruguayos en su conjunto, porque esta es una propuesta de mucha profundidad y, por lo tanto, merece ser expuesta a los aportes más amplios que quepa concebir en la sociedad uruguaya».

El Ministro de Economía reiteró en varios pasajes de su alocución que lo que «estamos presentando aquí un borrador, no es una propuesta acabada, aunque sí está definida en sus lineamientos fundamentales». Dichos lineamientos no tratan solamente a la reforma tributaria, sino también de orientaciones muy importantes de la política económica nacional también, para construir juntos un



«Proponemos eliminar 15 impuestos al momento de la vigencia de la reforma», considerando a esta «una de las reformas estructurales más importantes que habremos de plantear y realizar».

marco, un contexto, en el cual discutir con mayor precisión y responsabilidad también de todas las partes y de diferentes sectores de la sociedad uruguaya».

Astori afirmó asimismo que con la reforma tributaria que se prevé, el Gobierno apunta “a que en Uruguay haya mayor equidad fiscal, entendiendo como tal el acercamiento que debe

existir entre la capacidad contributiva de los integrantes de la sociedad y la presión tributaria a los mismos; esto es acortar una distancia evidente que a nuestro juicio existe hoy en el Uruguay entre una cosa y otra”. Opinó que el actual sistema tributario uruguayo “es muy injusto” y que la diferencia entre la presión tributaria y la capacidad contributiva “es muy grande”.

“Entonces esta reforma se propone acortar esa distancia”, explicó, “y digo acortar y no eliminar, porque estamos en un proceso dinámico que seguramente tendrá etapas sucesivas en el tiempo”.

Reiteró que la reforma por él propuesta advirtió que “no es para nosotros la propuesta definitiva de reforma tributaria que necesita el país, sino el inicio de la misma, porque al Uruguay le va a

llevar mucho tiempo lograr estos objetivos que estamos persiguiendo ahora, que pasan fundamentalmente por mejorar la eficiencia. Además de injusto”, aclaró, “el actual sistema tributario uruguayo es muy ineficiente. Hay un gran número de tributos con escasa capacidad fiscal, escasa capacidad recaudatoria y mucha capacidad para complicarle la vida a los uruguayos”.

Sobre este último aspecto, el titular de Economía informó que hoy existen 28 Tributos Nacionales, de los que solamente cinco o seis son los que tienen mayor capacidad de recaudación.

La reforma tributaria que plantea el Gobierno, prevé entre otros aspectos la eliminación de ya mencionados 15 impuestos y en definitiva, encarar transformaciones profundas que, según indicó el Ministro, “es imperioso e imprescindible desa-

rrollar para que este país pueda crecer por un largo período”.

Según el disertante, “la historia ha llevado a que la constelación de componentes tributarios que tiene Uruguay hoy no solamente no acompañe en muchos casos las necesidades y la facilitación de la inversión productiva, sino que en muchos casos puede llevar a obstaculizarla, porque no se concibe una mezcla impositiva que no contribuya a un esquema general de confianza, estabilidad y que efectivamente facilite la inversión. Y que la facilite no en términos de ser dadores a los inversores, sino en términos de tener reglas de juego claras, respetar los contratos, que significa no solamente dejar bien claros y comprometerse a respetar los derechos de los inversores, sino que también significa dejar bien claras y respetar las obligaciones de los inversores”.

Anunció asimismo que los tres

pilares principales de esta reforma tributaria son: la gradual introducción del impuesto a la renta de las personas físicas; la revisión y análisis del conjunto de exoneraciones y exenciones tributarias que existen actualmente en Uruguay y, como un tercer pilar, la reforma de los organismos recaudadores, donde se trata de mejorar, fortalecer, modernizar los diversos organismos de recaudación, cada uno por su lado, en particular la reforma de la Dirección General Impositiva, el mejoramiento del Banco de Previsión Social y de la Dirección Nacional de Aduanas.

Al finalizar la alocución del Ministro de Economía, se abrió una ronda de preguntas, donde los asistentes formularon diversas consultas al Cr. Danilo Astori, respecto a aspectos puntuales de la charla que brindó en este Desayuno de Consulta de nuestra Cámara, sobre el tema “Lineamientos generales de la reforma tributaria”.

Algunas preguntas clave en el tema reforma

¿Qué es tributación?

Al hablar de tributación, se hace referencia a los impuestos que las personas, empresas y organizaciones deben pagar al Estado por distintos motivos. Estos pagos constituyen la mayoría de los ingresos que percibe el Estado, quien los utiliza para realizar inversión social y de infraestructura, educación, salud y pagar sus gastos administrativos, entre otros.

¿Qué es una reforma tributaria?

Cada país tiene una determinada estructura impositiva, la cual establece quién o quiénes deben o no pagar impuestos, así como el motivo de ello y la cantidad que deben pagar. Sin embargo, dependiendo de las políticas impulsadas por el gobierno y del desempeño de su economía, esta estructura de impuestos puede necesitar cambios. A esta modificación se le denomina reforma tributaria.

¿Por qué la reforma tributaria?

La reforma tributaria que impulsa el gobierno tiene por objetivos primordiales:

1. Promover una distribución más equitativa de la carga tributaria, dándole mayor participación a los impuestos directos
2. Mejorar la eficiencia del sistema tributario
3. Generar un adecuado estímulo a la inversión productiva

Para ello se simplificará el sistema tributario actual, reduciendo el número de impuestos y eliminando los impuestos distorsivos de baja recaudación, se revisarán las excepciones y exoneraciones actualmente existentes, y se introducirá en forma gradual el impuesto a la renta de las personas físicas.

El impuesto a la renta de las personas físicas apunta justamente a ir en línea con el sentido de equidad: que paguen más los que más tienen.

En mayo pasado, el empresario Manuel Barros Rivadulla asumió el cargo de Presidente de la Cámara Oficial Española de Comercio, Industria y Navegación. Desde su cargo al frente de nuestra Institución, el flamante Presidente trabajará “para que el incremento del intercambio España-Uruguay y Uruguay-España continúe en ascenso”.

INFORMACIÓN COMERCIAL con el flamante Presidente de nuestra Cámara

“Uruguay genera confianza en los inversores españoles”



Manuel Barros es un conocido empresario del sector pesquero uruguayo. Actualmente representa a 42 empresas españolas, tiene una proveeduría marítima, ofrece servicios a 90 barcos –españoles, ingleses, brasileños, italianos, portugueses, etc.- y tiene además operando dos barcos pesqueros.

Se vinculó a la Cámara Oficial Española de Comercio, Industria y Navegación en el año 1990 como Vocal. Posteriormente fue Contador, Tesorero, Vicepresidente 2º y Vicepresidente 1º.

Y desde las elecciones celebradas en abril pasado en la Institución, “mis compañeros apostaron por mí, por unanimidad;

por eso vamos a tratar de no fallarle ni a la Directiva, ni lógicamente, a la Cámara”, afirmó. Respecto al significado que para él tiene el hecho de hacerse cargo de la presidencia de la Cámara Española, sostuvo que “lógicamente siempre es muy importante ser Presidente de esta Institución, que es totalmente apolítica y que hace un



trabajo muy interesante, intentando incrementar los intercambios comerciales entre España y Uruguay”.

En tal sentido agregó que “de hecho ese intercambio poco a poco se va incrementando, por ejemplo, el volumen de inversiones españolas en Uruguay en estos últimos años han crecido bastante”.

Consideró que este 2006 será “un año importante y de mucho trabajo” para la Cámara Española porque como se sabe, Uruguay será sede de la XVI Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno a comienzos de noviembre próximo. “Y precisamente para esas fechas pasarán por Montevideo varios Ministros españoles; el Secretario General de la

Cumbre, Enrique Iglesias; el Presidente del Gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero y muy posiblemente hasta el propio Rey de España, don Juan Carlos I”.

Objetivos a cumplir desde su Presidencia

Consultado respecto a los objetivos que desea cumplir, desde la Presidencia de la Cámara Oficial Española de Comercio, Industria y Navegación, Manuel Barros respondió: “a mi me gustaría que el incremento del intercambio España-Uruguay y Uruguay-España continuará en ascenso y creciera, por ser optimista, entre un 30% y un 40% más. Para eso trabajaremos, por el bien de los em-

presarios asociados a nuestra Cámara y del empresariado de España que pone su confianza a la hora de invertir en Uruguay”, afirmó.

Opinó que Uruguay es un mercado atractivo para las inversiones españolas, “porque este país está consolidado a nivel político, a nivel jurídico, por lo que genera confianza a los inversores extranjeros a la hora de invertir aquí”.

“Es fundamental para el Uruguay que esas inversiones extranjeras en general, y españolas en particular, se realicen y contribuyan al crecimiento de este país”, concluyó el Presidente de la Cámara Oficial Española de Comercio, Industria y Navegación, Manuel Barros Rivadulla.

BRANDING



Una sola cara

Nuestra lealtad hacia nuestros clientes nos define: Ud. siempre puede confiar en el asesoramiento personalizado y nuestra vasta experiencia.

Cofres Fort - Giros y Transferencias - Metales preciosos - Pago de facturas - Galfin Sociedad de Bolsa - Regalos Colectivos.

GALES
CASA CAMBIARIA
www.cambiogales.com.uy
info@cambiogales.com.uy

GSB
SOCIETAT S.A.
www.galfin.com.uy
info@galfin.com.uy

La Fundación Braille de Uruguay recibió premio de Panda Software

La Fundación Braille de Uruguay fue una de las cuatro organizaciones sin ánimo de lucro del mundo ganadoras del premio "Panda IT Aid". Un jurado integrado por siete destacadas personalidades y la votación interna de las 1.500 personas que forman parte del Grupo Panda en 56 países eligieron a los ganadores finales: Save The Children (España), Goodwill Social Work Center (India), Fundación Braille (Uruguay) y Paideia (Paraguay).

Básicamente el "Panda IT Aid" premia a programas de solidaridad digital de todo el mundo a través de este importante galardón instituido por Grupo Panda a nivel internacional.

Para acceder al Premio de referencia, con una dotación económica de 100.000 euros (que se divide entre cuatro ganadores, 25.000 euros cada uno), se presentaron inicialmente 30 proyectos de los que luego de un riguroso proceso de selección, se llegó finalmente a los cuatro premiados.

En Uruguay, Panda Software lanzó la convocatoria para el Premio en la sede de la Cámara Oficial Española de Comercio, Industria y Navegación, concluyendo el pasado 20 de julio con la entrega simbólica de la dotación de 25.000 euros a la Fundación Braille en la persona de su presidenta Norma Toucedo.

El acto de entrega oficial de los premios "Panda IT Aid" se realizó a comienzos del mes de julio en el Museo de Arte Contemporáneo Reina Sofía en Madrid, donde estuvieron presentes, además de los galardonados, el Presidente de Grupo Panda, Mikel Urizarbarrena.



La Fundación Braille y el proyecto ganador

"Un lugar para grandes y pequeños con discapacidad visual en la Sociedad de la Información" es el título del proyecto con el que la Fundación Braille de Uruguay ganó el "Panda IT Aid".

Este proyecto está dirigido a posibilitar el acceso a la información y a la cultura de los niños y adultos mayores que presentan discapacidad visual (ceguera o baja visión).

Se trata además de una dotación de herramientas informáticas básicas a través de una propuesta lúdica dirigida a niños en edad preescolar y escolar, creando una plataforma accesible a dis-

tancia y formación específica para mayores.

Respecto al impacto social de este proyecto, prevén una asistencia a los cursos correspondientes de unos 40 niños, 20 adultos mayores y 300 personas con diferentes grados de discapacidad visual o profesionales que trabajan en el área en Uruguay.

En el acto de entrega del "Panda IT Aid" en la Cámara Española, la Presidenta de la Fundación Braille, Norma Toucedo, expresó "no teníamos esperanza de conseguir este Premio".

Explicó asimismo que el proyecto ganador fue presentado por cuatro mujeres, "y tres de nosotras somos invidentes" aclaró.



“Con esta iniciativa queremos romper la brecha que existe en nuestro colectivo con respecto a la sociedad de la información”, añadió la Presidenta de la Fundación Braille.

Toucedo informó asimismo que la Fundación que preside es una organización no gubernamental sin ánimo de lucro surgida en 1976 a instancias de Enrique Elizalde. Obtuvo su personería jurídica dos años después y básicamente dio inicio a través de una imprenta con la que se edi-

taba una publicación con carácter trimestral y una tirada de casi 500 ejemplares.

La Fundación Braille tiene dos áreas de acción, por un lado, la producción de materiales adaptados (publicaciones, mapas, materiales sonoros, etc.).

La segunda de estas áreas es la atención directa a los usuarios, donde se les presta apoyo, tanto en reeducación visual como en capacitación para la inserción laboral.

En el acto celebrado en nuestra

Cámara estuvo presente el Subsecretario del Ministerio de Educación y Cultura, Dr. Felipe Michelini, quien asistió en representación del Ministro, Ing. Jorge Brovetto.

Cerrando el acto, Michelini destacó el premio “Panda IT Aid” y consideró que la importancia del proyecto ganador presentado por la Fundación Braille radica en que se trata de un programa “que apunta a la lucha por la igualdad y contra la discriminación”.

La apertura del ciclo 2006 de Desayunos de Consulta organizados por la Cámara Oficial Española de Comercio, Industria y Navegación, estuvo a cargo del ex Canciller y actual Senador de la República, Dr. Sergio Abreu, quien disertó sobre el tema: "La inserción externa del Uruguay". Esta actividad contó con un muy buen marco de público, que colmó las instalaciones del salón de actos de la Institución.

Fue el encargado de abrir el ciclo de Desayunos de Consulta en la Institución

El Senador Sergio Abreu disertó en la Cámara Española



Doctor en Derecho y Ciencias Sociales, Master en Administración Pública, docente en la Universidad de Montevideo, en la Universidad Nacional del Nordeste de Resistencia (Argentina) y la Universidad de la República, este abogado y consultor internacional fue Ministro de Relaciones Exteriores (1993-1995), Presidente de la Ronda Uruguay del GATT (1994), Ministro de Industria, Energía y Minería (2000-2002), es en la actualidad Senador de la República desde el pasado 2005.

En la charla que ofreció en la

Cámara Española, sobre "La inserción externa del Uruguay", dió su visión política y estratégica, en el contexto tanto regional como multilateral.

Consideró en tal sentido que cada país tiene su rol, el que lo hace más o menos protagonista, y que Uruguay debe estar atento a la hora de tomar decisiones, teniendo en cuenta su ubicación, posicionamiento estratégico y su vulnerabilidad.

Con respecto al concepto de apertura al exterior que debe seguir nuestro país, opinó que para lograrlo de manera efectiva, Uruguay debe ajustar sus conduc-

tas a los nuevos conceptos de la economía internacional, Para Abreu, la apertura a los mercados exteriores es la única vía posible para el progreso económico de Uruguay, pues cerrar las fronteras es un error de ingenuidad, afirmó.

En el mismo sentido, opinó que el proceso de integración en el MERCOSUR es el gran digestivo que tomó Uruguay para encarar su inserción en el contexto regional e internacional.

Uruguay en la región

En el caso del Uruguay, consi-



Para el Uruguay el MERCOSUR significó la posibilidad de canalizar las relaciones de vecindad en un marco político y operativo más estable, predecible y administrable.

deró que los lazos geográficos, históricos, culturales y económicos con Argentina y Brasil tuvieron y tienen un impacto fuerte en la evolución social, económica y política del Uruguay. La vecindad ha sido y es una fuente de oportunidades, pero también de riesgos.

Los vaivenes macroeconómicos y los ciclos expansivos y recesivos de los mercados vecinos se reflejaron con intensidad en la producción y el mercado uruguayo, incluyendo el turismo.

El impacto de la recesión del período 1998-2002 y del colapso del sistema financiero argentino de fines del 2001, provocaron la mayor crisis económica en la historia del Uruguay.

El problema principal para Uruguay lo constituyen los cambios abruptos en la gestión macroeconómica y las estrategias sectoriales de los países vecinos.

Estos cambios, además de generar turbulencias en las transacciones en bienes y servicios, constituyen un elemento negativo para la inversión orientada al mercado sub-regional, ya que aún con acceso libre al mismo, las posibilidades de exportación pueden estar sujetas a considerables variaciones.

La relación de vecindad de Uruguay es fuertemente asimétrica. No se trata sólo de la dimensión de los países vecinos, sino de la gran diferencia de los efectos de eventos o medidas económicas en una u otra dirección.

Mientras que lo que sucede en Uruguay no tiene la posibilidad de afectar mayormente las economías de Argentina y Brasil, lo que acontece en éstas tiene normalmente efectos rápidos y significativos en la economía uruguaya.

En materia de comercio de bienes, las exportaciones uruguayas al MERCOSUR oscilaron en torno al 50 % de las exportaciones totales – 47 % en 1995, 48 % en 1996, 50 % en 1997 y 55 % en 1998 – con una composición marcadamente diferente a la de las exportaciones dirigidas al resto del mundo.

Entre los años 1999 y 2002, las exportaciones al MERCOSUR experimentaron una reducción sustancial en términos absolutos y relativos, mientras que la recuperación posterior en los años 2004 y 2005 las ubica en el 26 % y 24 %, respectivamente.

En ese mismo período, las importaciones desde los países del MERCOSUR, tuvieron una contracción mucho menor, y hoy tienen una participación en las

importaciones totales similar a del año 1995 (46%).

En otros aspectos de la economía, como el turismo, el sistema financiero o el mercado inmobiliario, la situación económica argentina y la relación de precios entre ambos países, tienen efectos determinantes.

Además hay proyectos prioritarios para nuestro país que dependen de la participación activa de los países vecinos. La promoción del Uruguay como plataforma logística para el transporte y el comercio del Cono Sur es probablemente el caso más notorio, pero no es el único.

Para el Uruguay el MERCOSUR significó la posibilidad de canalizar las relaciones de vecindad en un marco político y operativo más estable, predecible y administrable. Si bien no sería una solución total para la vulnerabilidad de la economía uruguaya, al menos condicionaría las conductas de los gobiernos y permitiría una mayor previsión y control de los efectos de eventos económicos.

Sin embargo, el MERCOSUR no podrá jugar ese papel mientras no se encare una efectiva armonización de la gestión macroeconómica, se respeten estrictamente los compromisos de acceso a mercado, se profundice la armonización de los distintos elementos que regulan o inciden en el funcionamiento de los mercados y se llegue a un acuerdo sobre reglas en materia de inversión. El gran desafío es como regular una relación fuertemente asimétrica, con vecinos inestables, de forma de captar los beneficios y administrar los riesgos.

El primer paso en ese sentido es tener claro qué podemos esperar de la vecindad y qué del resto de los mercados, y diseñar una estrategia de inserción externa que no relegue a éstos a un papel residual en relación con el MERCOSUR, opinó Sergio Abreu.

Plenario de Cámaras Españolas de Comercio en Madrid

Entre los días 19 y 24 de junio pasados se desarrolló en la sede del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio de Madrid, el Plenario de Cámaras Españolas de Comercio (CAMACOES).



Este encuentro contó con la participación de los presidentes y los secretarios generales de las 38 Cámaras Españolas que funcionan actualmente en Europa, América y en Asia. En represen-

tación de la Cámara Española de Uruguay asistieron el presidente Manuel Barros y la secretaria general Carmen Miranda.

En los días en que se extendió el Plenario tuvieron lugar una serie de actividades entre las

que tuvieron especial destaque las asambleas que celebraron la Federación de Cámaras Españolas en América (FECECA) y las ubicadas en Europa (FEDECOM).

Las Cámaras coincidieron en la

necesidad de seguir trabajando en la internacionalización de la empresa y en diversos proyectos que se presentaron para el próximo 2007.

Especial destaque tuvo la presentación del Sistema de Información que implementarán las CAMACOES, a través de la base de datos INFEMPRESA –Información Empresarial-.

Este Sistema de Información contará con una serie de aplicaciones entre las que podemos mencionar la existencia de un Fondo Documental, que oficiará de biblioteca de la Cámara, pues allí se almacenarán todas las publicaciones que reciben y publican las mismas.

Dentro de este Sistema, reviste especial importancia y destaque la mencionada base de datos INFEMPRESA, donde estarán almacenados los datos de empresas de todos los países de la red de Cámaras Españolas de Comercio, pudiéndose realizar consultas en pantalla o acceder a estadísticas de interés para el empresariado español.

Este Sistema de Información que ofrece enormes posibilidades de aplicación, accesible y administrado desde Internet, que fue creado por la Cámara Española de la República Argentina, fue presentado y analizado en oportunidad del plenario de las CAMACOES celebrado en Madrid. La incorporación de esta herramienta repercutirá muy favorablemente en el desempeño y ejecución de los objetivos de las Cámaras Españolas.

Por último podemos informar que en este encuentro de las CAMACOES celebrado en Madrid, la Federación de Cámaras Españolas en América (FECECA) eligió a sus nuevas autoridades: Presidente: Xavier Aranzábal de la Cámara Española de México DF; 1º Vicepresidente: Guillermo Ambrogi, de Argentina y 2º Vicepresidente: Juan Marcet, de la Cámara Española de Guayaquil, Ecuador.



Presidente de la Cámara Española de la República Argentina, Guillermo Ambrogi; Presidente de nuestra Cámara, Manuel Barros Rivadulla; Presidente de la Cámara Española de México DF, Xavier Aranzábal y Presidente de la Cámara Española de Comercio de Guayaquil (Ecuador) Juan Marcet.

Nuestra situación, una ventaja única.

www.zonafrancacolonia.com
Contactenos al (591) 21911114

zfc
zona franca colonia

El martes 30 de mayo tuvo lugar en nuestra Cámara un Desayuno de Consulta que contó con la participación del Director de Asesoría Macroeconómica y Financiera del Ministerio de Economía y Finanzas, Ec. Fernando Lorenzo, quien disertó sobre el tema: "Política Económica y Reformas Estructurales: Desafíos y Perspectivas". Esta actividad contó con el auspicio de BBVA, Compañía Uruguaya de Cemento Portland y MAPFRE Uruguay.

"Política Económica y Reformas Estructurales: Desafíos y Perspectivas"

Desayuno de Consulta con el Ec. Fernando Lorenzo

Desde el pasado año, la Cámara Oficial Española de Comercio, Industria y Navegación organiza estos Desayunos de Consulta, los que cuentan con la participación de destacadas personalidades del ámbito de la economía uruguaya.

En este caso, ha sido el Ec. Fernando Lorenzo, quien se refirió a "Política Económica y Reformas Estructurales: Desafíos y Perspectivas".

En su disertación, se refirió concretamente al curso de acción que ha elegido el Gobierno uruguayo para la economía del país, que según explicó, todo el esfuerzo está orientado a mejorar la microeconomía, tanto de las empresas como del mercado.

Para el funcionamiento de los mercados, mencionó como una herramienta útil, diferentes regímenes de incentivos. Respecto al gran objetivo de la política económica del Gobierno para el período 2005-2006 es alcanzar un nivel sostenido de la producción, pues según comentó, en los últimos años, Uruguay registra bajísimos niveles de crecimiento y que la baja inversión en el país



significa bajas perspectivas futuras.

Desde la actual conducción económica, Uruguay aspira a mejorar la calidad y el nivel del empleo. Crecer y generar empleo son dos objetivos vitales para la actual Administración, como así también atender las urgencias sociales, aspirando a lograr una mayor inclusión social de los sectores económicamente más desfavorecidos de la sociedad.

Para alcanzar dichos objetivos se requiere:

- Condiciones macroeconómicas sustentables
- Incentivos a la inversión productiva.
- Reglas claras y respeto a los contratos.
- Medidas tendientes a reducir las vulnerabilidades de la economía uruguaya.
- Encarar una estrategia global de desarrollo.
- Políticas de Estado.

DESAYUNO DE
CONSULTA

«Uruguay aspira a mejorar la calidad y el nivel del empleo. Crecer y generar empleo son dos objetivos vitales para la actual Administración, como así también atender las urgencias sociales».



Expresó asimismo que para superar los muy bajos niveles de inversión que registra Uruguay la política económica cuenta con instrumentos tales como políticas de corto plazo y la implementación de reformas estructurales.

Por su parte señaló que la política fiscal del Gobierno apuntará a:

- Consolidar la credibilidad y a reducir la incertidumbre.
- Asegurar la sustentabilidad de las cuentas públicas.
- Reorientación del gasto hacia la inversión y las políticas sociales.

En cuanto a la política monetaria y cambiaria ratificó el compromiso del Gobierno con la estabilidad de precios y un tipo

de cambio flexible.

Otros aspectos a los que se aspira es a progresar hacia un régimen de metas de inflación, asegurar la consistencia macroeconómica priorizando como ya se mencionó, el crecimiento del empleo, generando las condiciones para un crecimiento permanente de los salarios reales.

Resultados del primer año de Gobierno

A poco más de un año de haberse instalado el actual Gobierno, comentó entre los logros que se alcanzaron, la estabilidad en los precios, como así también la inversión en infraestructuras, en educación, salud y seguridad interna.

Dijo además que las asignaciones son consistentes con el

programa financiero y que la prioridad es el llamado Plan de Emergencia, “a ello apuntaron las asignaciones presupuestarias”, afirmó.

Sostuvo también que hubo un buen desempeño fiscal –cumpliéndose las metas fiscales, pues el resultado global fue un punto mejor de desempeño del que se esperaba–.

Dentro de las reformas estructurales que se llevaron adelante, citó los procesos de modernización en la DGI y en la Aduana, en el sistema previsional: cajas paraestatales, militar y policial, como así también la creación en la órbita del Ministerio de Economía y Finanzas de una Unidad de Administración y Gestión de las Cuentas Públicas.

Se refirió además a otro aspecto, que pasó por promover una nueva legislación para fortalecer el clima de negocios y la defensa de la competencia.

Como es habitual en cada uno de los Desayunos de Consulta organizados por la Cámara Oficial Española de Comercio, Industria y Navegación, una vez culminada la alocución del invitado, se abrió una ronda de preguntas, donde los asistentes formularon diferentes consultas al Ec. Fernando Lorenzo sobre los temas que abordó en su disertación sobre el tema “Política Económica y Reformas Estructurales: Desafíos y Perspectivas”.



No te quedes en casa.



España se compromete con Uruguay para el éxito de la XVI Cumbre Iberoamericana

La próxima Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno que se celebrará los días 3 y 4 de noviembre de 2006 en Montevideo versará sobre la inmigración y su importancia como factor de desarrollo, según han señalado los principales responsables de la organización aquí en la capital uruguaya.



La que será la XVI Cumbre, que se celebrará a principios de noviembre aquí en Montevideo, tratará sobre inmigración, tema esencial para la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB) encabezada por **Enrique Iglesias**. Fue el propio Iglesias quien, en rueda de prensa, anunció a comienzos de este año las fechas para la que quedó fijada esta XVI Cumbre, que reunirá a jefes de Estado y de Gobierno de los 22 países iberoamericanos. La comparecencia ante los me-

dios a la que hacíamos referencia tuvo lugar después de que se procediese al traspaso de la Secretaría Pro Tempore de España, organizadora de la XV Cumbre, a Uruguay, acto oficializado por el Ministro español de Asuntos Exteriores, Miguel Ángel Moratinos, y su homólogo uruguayo Reinaldo Gargano.

Contenido

La XVI Cumbre tratará sobre la inmigración y su importancia

en el desarrollo social. Según fuentes oficiales, los objetivos que se propone Uruguay como organizador de la XVI Cumbre Iberoamericana son que sus participantes tengan 'una voz común en el mundo' para 'trabajar por la paz, la solidaridad entre los pueblos y el derecho internacional', 'consolidar los sistemas democráticos en América Latina' y 'acercar la cumbre a la gente' con objetivos tangibles como la erradicación del analfabetismo.

CUMBRE

Por su parte, el Ministro español de Exteriores garantizó al Canciller de la República, Reinaldo Gargano el ‘total compromiso de España con Uruguay para un éxito mayor que en Salamanca’.

Moratinos transmitió varios ‘encargos’ a su par uruguayo para preparar la Cumbre, entre ellos que la crisis de Haití, país donde tienen tropas varios países latinoamericanos en el marco de la misión de estabilización de la ONU (MINUSTAH), ‘no se extienda’ a otros lugares de la región.

El Canciller uruguayo aseguró que nuestro país trabajará para evitar que la próxima cita iberoamericana sea ‘un torneo de examen de temas’ y caiga en la ‘retórica’.

A este respecto, su homólogo español destacó que hasta la última cumbre, celebrada en Salamanca (España) en octubre de 2005, se había ‘asistido a una especie de fatiga del modelo de Cumbres’, pero que a partir de entonces se han trazado ‘objetivos más concretos, realistas y ambiciosos’.



Con innovadores productos, la empresa apunta a conquistar Hispanoamérica

Grupo Sedine Ingenieros se instalará en Uruguay

Asociada ya a nuestra Cámara, Grupo Sedine Ingenieros tiene previsto instalarse muy pronto aquí en Uruguay. Especialistas en instalaciones para la construcción, esta empresa española ha apostado fuerte por el mercado exterior, con especial acento en el hispanoamericano, con oficinas propias en Santiago de Chile, a la que se sumará la que abrirá próximamente en Montevideo.



Gruppo Sedine Ingenieros es una empresa de importación, distribución y representación de importantes marcas a nivel mundial: *LVI, Simex, Samsung, Daewoo y Olsberg*, especializándose en la distribución de emisores térmicos, aire acondicionado, accesorios y equipos de baño para colectivida-

des y minusválidas, acumuladores de calor, por solamente citar algunos de sus productos.

Cuenta con más de 10 años de experiencia en el mercado de distribución de materiales para el campo de las instalaciones, a través de los cuales ha trabajado conjuntamente con almacenes eléctricos, además de

PRESENTACION

importantes empresas constructoras, instaladores, arquitectos y decoradores.

Tiene una larga trayectoria en el mundo de la calefacción, climatización y accesorios encontrándose presente en los mercados de España, Portugal e Hispanoamérica.

Fuentes de la empresa en franco crecimiento hicieron saber a **INFORMACIÓN COMERCIAL** que recientemente adquirieron nuevas oficinas en Madrid, las que se suman a las ya mencionadas en la capital chilena y en Montevideo. Debido a la gran expansión que ha registrado la empresa en los últimos años, esta procedió a la adquisición, el pasado 22 de julio, de nuevas oficinas ubicadas en la capital española, las que se prevé, abrirán sus puertas al público en septiembre próximo.

Esa expansión de la marca pasa también por su permanente participación en diferentes encuentros y foros internacionales de su sector, como así también por la incorporación de nuevas marcas a su ya extensa gama de productos.

Para Grupo Sedine Ingenieros, su ingreso a la Cámara Oficial Española de Comercio, Industria y Navegación en calidad de asociado, constituye un hecho de gran importancia para su estrategia empre-



sarial en Uruguay, y así lo ha hecho público en un reciente boletín interno que edita la empresa.

En cuanto a los objetivos del Grupo para este año, consideran fundamental expandir su actividad, centrándose en el mercado americano, enfocándose específicamente en la apertura de su empresa en Chile y Uruguay. Así apunta a distribuir sus productos por toda América, entregando a sus clientes efectividad, seriedad y confiabilidad.

La decisión de Grupo Sedine

Ingenieros de abrir sus puertas en el mercado uruguayo ha sido tomada después de realizar un amplio estudio de las posibilidades de éxito de las marcas representadas. Esta decisión ha estado basada principalmente en que Uruguay es un país con una economía estable, con políticas de apertura económica, con elevados niveles de educación, bienestar social y cuidado de la salud, siendo considerado “el país con mejores perspectivas dentro del eje atlántico de América del Sur”.

Dirección y Planificación de Comercio Exterior en la Empresa

Se entregaron diplomas a los egresados del Master



La última semana de junio tuvo lugar en la sede de nuestra Cámara, el acto de entrega de diplomas a los egresados del Master en Dirección y Planificación de Comercio Exterior en la Empresa.

Este Master fue dictado por la Universidad Politécnica de Valencia, institución educativa con la que la Cámara Oficial Española de

Presidente de la Cámara Española, Manuel Barros, Subsecretario de Educación y Cultura Dr. Felipe Michelini y Director y Coordinador Académico del Master Ec. Luis Brotons



Comercio, Industria y Navegación tiene firmado un convenio de colaboración académica, científica y cultural.

Los nuevos Master en Dirección y Planificación de Comercio Exterior en la Empresa tuvieron dos años de intensa actividad académica en la sede de nuestra Cámara, lugar físico donde se impartieron las clases.

Una vez finalizados los cursos, los alumnos viajaron a hacer prácticas en España, visitando empresas valencianas de diversos sectores así como los principales organismos de promoción españoles.

INFORMACIÓN COMERCIAL felicita a los egresados, augurándoles éxitos en su vida profesional.

Desayuno de Consulta con el Ministro Héctor Lescano

Prosiguiendo con los Desayunos de Consulta organizados por nuestra Institución, el próximo está previsto para el 16 de agosto. En esta oportunidad, el invitado será el Ministro de Turismo y Deporte, Héctor Lescano, quien disertará sobre “Situación y perspectivas del turismo como actividad productiva” tomando en cuenta que



este sector es un gran motor para el desarrollo, tanto en Uruguay como en el mundo y España es una buena prueba de ello.

Internacionalización de la PYMES

Los días 21 y 22 de septiembre se desarrollará en nuestra sede un nuevo Seminario Internacional, esta vez, referido a “Internacionalización de las Pymes: ¿cómo exportar a la UE?”, a cargo de dos destacados profesionales: el ingeniero Raúl Compés y economista Luis Brotons. Son objetivos de este seminario:

* Capacitar a profesionales, técnicos, personal y directivos de empresas sobre cómo acceder a mercados europeos, atendiendo barreras no arancelarias y limitaciones existentes.

* Conocer la realidad del comercio entre Uruguay y la Unión Europea (UE) y como influye la política comercial europea.

Por más información dirigirse a la Cámara Española, Treinta y Tres 1317, de lunes a viernes en el horario de 10 a 18; comunicarse a través de los teléfonos 915.38.88 o 915.44.04; vía mail en la dirección camaco.es@camaco.es

Misión de Murcia

Organizada por la Cámara de Comercio e Industria de Murcia, una misión comercial multisectorial estará llegando a Uruguay a mediados del mes de septiembre próximo.

Este es el tercer año consecutivo en que una delegación empresarial murciana viene a nuestro país para establecer relaciones comerciales con empresas locales.

El personal de nuestra Cámara

ya está trabajando en las agendas de contactos que sostendrán en Montevideo los representantes de las empresas de Murcia que integran la delegación que nos visitará en septiembre.

Logística y gestión Portuaria

Tal fue el título del primer Seminario Internacional realizado este año en la Cámara Española, los días 24 y 25 de julio pasados.

El mismo fue dictado por destacados profesores de la Universidad Politécnica de Valencia.



Durante los días 20 y 21 de junio pasados se celebró en Madrid el Congreso EXPORTA, cita ineludible para todas las empresas españolas interesadas en desarrollar sus estrategias de internacionalización. En esta edición, EXPORTA 2006 escogió «La imagen y marca de los productos españoles y los nuevos desarrollos de factores de competitividad internacional» como tema central de debate.

En esta séptima edición se celebró entre los días 20 y 21 de junio de 2006

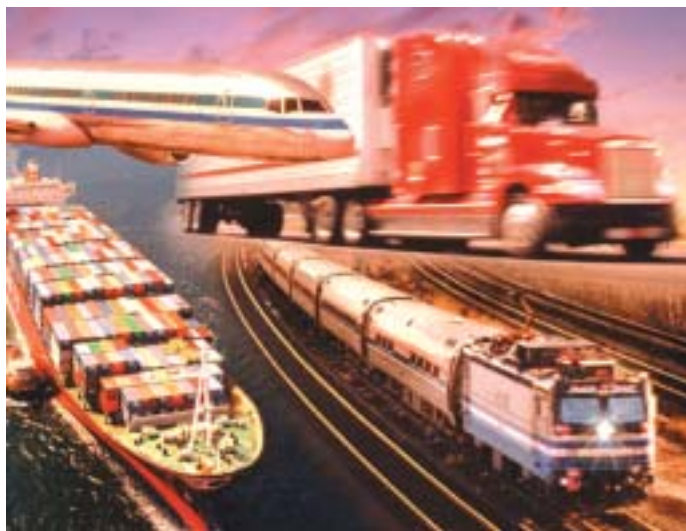
Exporta 2006: Congreso para la internacionalización empresarial

El Congreso para la Internacionalización Empresarial EXPORTA 2006 es el foro más activo de formación, información y debate en torno al proceso de internacionalización de la empresa española.

Como en cada edición, en junio pasado reunió en Madrid a los consejeros de todas las Oficinas Económicas y Comerciales de las Embajadas de España ofreciendo la posibilidad de concertar entrevistas personalizadas. Se celebraron más de 40 talleres y seminarios de formación para la internacionalización.

EXPORTA cumplió este año su séptima edición. El Instituto Español de Comercio Exterior abordó en la sesión inaugural los principales retos del proceso de internacionalización empresarial.

En esta ocasión, el déficit comercial de la Balanza de Pagos requiere centrarse en aquellos puntos que van a permitir atajar los factores tanto coyunturales como estructurales de este desequilibrio macroeconómico. Por una parte, las estrategias



de imagen y marca facilitarán una competencia en los mercados internacionales no centrada en el precio sino en la calidad de los productos. Simultáneamente, la diversificación de mercados de destino para las exportaciones e implantaciones productivas, fuera de los mercados tradicionales de la UE, abrirá nuevos horizontes a las empresas españolas.

Los mercados de alto potencial destacados como prioritarios por la Secretaría de Estado de Turismo y Comercio

(Argelia, Brasil, China, Estados Unidos, India, Japón, Marruecos, México y Rusia) son un referente para las estrategias empresariales de los próximos años.

Por último, es esencial incidir en los nuevos desarrollos de factores de competitividad como el diseño, la innovación tecnológica, el capital humano, las estrategias de marketing en internet, los nuevos productos financieros que se están creando para permitir competir a las empresas en mercados globales.