



a un **click** de distancia



Tecnología al servicio de la logística

Contacto [Suscripciones](#) [Hemeroteca](#)

Empresa Exterior está presente en:



El periódico digital económico de negocio internacional. | Viernes, 4/12/2009. **Actualizado** 10:06 h.

POLÍTICA ECONÓMICA [EMPRESAS](#) [FINANCIERO](#) [LOGÍSTICA](#) [FERIAS](#) [FORMACIÓN](#) [EL INTERCULTURAL](#) [LICITACIONES](#) [CENI](#) [M&A](#)



Regalos Promocionales
Calidad, Máxima Garantía y Rapidez
Importación Directa y Stocks

www.visual-gifts.com Anuncios Google

Expertos reivindican que se promocione la marca 'Made in Spain' para el comercio exterior

Empresa Exterior

Lunes, 09 de Noviembre de 2009 16:49

El 'II Foro de Internacionalización de la Empresa Gallega', organizado por la Cámara de Comercio de Vigo y Caixanova, reunió a más de 200 representantes políticos y



empresariales

Más de 200 representantes de empresas e instituciones de Galicia se dieron cita durante todo el día de hoy en el 'II Foro de Internacionalización de la Empresa Gallega', jornada organizada por la Cámara de Comercio de Vigo y Caixanova, y en la que todos los ponentes coincidieron en señalar la necesidad de dar valor a la marca "Made in Spain", ya que, como aseguran, en la actualidad no está generando ninguna ventaja competitiva.

El acto inaugural estuvo presidido por Abel Caballero, alcalde de Vigo; Julio Fernández Gayoso, presidente de Caixanova, y José García Costas, presidente de la Cámara de Comercio.

El máximo responsable de la institución cameral hizo un breve repaso por los cambios, principalmente económicos, vividos a lo largo de los últimos 20 años, y caracterizados por el nacimiento de China como gran potencia, el posicionamiento del euro frente al dólar o el nuevo espacio que reclaman Brasil y México en el mercado global.

Por su parte, Julio Fernández Gayoso destacó que una de las mayores preocupaciones de Caixanova es la internacionalización. En este sentido, señaló que la entidad gallega cuenta con 13 oficinas en el extranjero, y recordó que fue la primera caja de ahorros en obtener la calificación de Branch International otorgada por la Reserva Federal de Estados Unidos, país donde posee una oficina operativa desde el año 2002. De igual manera, resaltó que Caixanova dispone de una red de sucursales en Portugal que da servicio a todo el país, además de una delegación de la Escuela de Negocios Caixanova en Oporto.

Finalmente Abel Caballero habló del sector naval como ejemplo de supervivencia en el nuevo marco económico, donde la internacionalización se convierte en el factor clave para asegurarse un espacio en un mundo globalizado.

José Antonio Alonso Rodríguez, director del Instituto Complutense de Estudios Internacionales, fue el primero en intervenir y en su ponencia analizó la situación económica ante la perspectiva de internacionalización. Alonso calificó el actual momento como "la Tercera Revolución Industrial", teniendo en cuenta que los cambios están afectando no sólo a las posibilidades de mantenimiento de las rentas y el empleo, sino también a los modos de diseñar las estrategias empresariales de implantación y desarrollo de los mercados internacionales.

Alonso concluyó destacando que no existe un patrón para diseñar una estrategia de mercado, "la realidad lo confirma: dos empresas pueden 'triunfar' en el exterior con distintas estrategias".

Posteriormente fue el turno de Felipe Botaya, profesor de prestigiosas escuelas de negocio y universidades. Botaya habló de los mercados y los canales de internacionalización, así como de la situación de nuestras empresas ante el difícil reto de salir al exterior. El profesor afirmó que las empresas españolas tienen poca vocación internacional hacia otros idiomas y, en general, "arrastran la imagen de falta de gestión y compromisos".

Tras el almuerzo en los jardines del Centro Social Caixanova tuvieron lugar las mesas redondas. En la primera de ellas, moderada por Alberto Rocha Guisande, secretario general de COINTEGA, intervinieron Javier Tena, Director Territorial de Comercio y delegado de ICEX en Galicia; Dolores García de los Huertos, subdirectora de internacionalización del IGAPE; y José Manuel García, gerente de la Cámara de Comercio de Vigo.

Todos ellos debatieron sobre el marco institucional de apoyo a la internacionalización. La segunda de las mesas redondas estuvo moderada por José Lino Comesaña, director del Instituto de Desarrollo Caixanova, y contó con la presencia de los representantes de las firmas gallegas Televés, Astilleros Hijos de J. Barreras y Selmark. Entre todos, expusieron sus experiencias en el campo de la promoción exterior y analizaron los retos estratégicos de las empresas que quieren ampliar sus mercados.

Finalmente, Julio Cerviño, uno de los mayores expertos a nivel nacional en el ámbito de las marcas y asesor permanente del Foro Marcas Renombradas, ofreció una ponencia sobre la percepción de las empresas españolas en el extranjero. Para Cerviño, la actual crisis influye en el deterioro paulatino de la competitividad de los productos y servicios españoles en el exterior. Según este experto, resulta evidente la desviación entre la realidad económica empresarial de España y su percepción en el mundo".

Este análisis le lleva a la conclusión de la necesidad de implantar un plan de acción que permita poner en valor el desarrollo y crecimiento real de la economía y las empresas españolas. Su propuesta se estructura en la concentración de la política de imagen en un único organismo que cuente con la participación de los diferentes agentes (especialmente de las empresas internacionalizadas y sus marcas) y en la dotación de recursos complementarios para la implementación de una estrategia de imagen. Para todo ello, ve fundamental que las empresas cuenten con marcas consideradas como "embajadoras" en la esfera internacional.

Fuente: Cámara de Comercio de Vigo

COMPARTIR





Publicidad






EDICIÓN IMPRESA | Nº190

- Puede leer el número actual de la revista a través de nuestra edición electrónica.

- También puede descargar los números anteriores en la hemeroteca.



SUSCRIBIRSE

EDICIÓN ELECTRÓNICA

ENCUESTA

El dominio .es celebra su 20 aniversario ¿Desde hace cuántos años su portal cuenta con el dominio .es?

- 20 años. Fuimos de los primeros
- 15-19 años
- 10-14 años
- 05-09 años
- 01-04 años
- Meses, nuestra Web es de reciente creación

Vote

Resultados

Publicidad

F. Torres [Catálogo](#) [Juega](#)



Descubre la nueva Colección Otoño · Invierno 2009

Evidio Truci sólo en **El Corte Inglés**

BANCO CENTRAL EUROPEO
Cambio de divisas en tiempo real.

	EUR	●	1.0000
	USD	↑	1.5120
	GBP	↑	0.9092
	CNY		10.3224

Más artículos :

- » Il Mercado Cultural del Caribe en Cartajena de Indias, Colombia
- » México D.F. acogerá varias de las ferias más importantes de turismo del mundo durante 2010
- » La ciudad de París se rediseña en 2010, celebrando numerosos certámenes internacionales
- » Basque Culinary Center y Euro-Toques impulsarán la formación en ciencias gastronómicas
- » Banif aborda en una mesa redonda las perspectivas bursátiles en España, Europa y EE.UU

[Inicio](#) [Informes Empresa Exterior](#) [Anuario 2008](#) [Encuesta](#) [Perfil de Usuario](#)

[Otras webs del grupo](#)

NEGOCIOEXTERIOR.COM

Guía Comercio y Negocio Internacional

Cenij Comité de Expertos en Negocio Internacional

© 2009 Empresa Exterior

Joomla! is Free Software released under the GNU General Public License.