



Un momento de la última edición de la feria Coverings, la más importante del país para el azulejo.

ALZA DEL 80,6% EN LAS VENTAS

Estados Unidos se recupera como cliente de Castellón

Los sectores que 'colocan' más producto son maquinaria para construcción y agroalimentario, y el Icx ve síntomas de reactivación para la cerámica

Estados Unidos ha recuperado, entre enero y agosto de este año, su posición como cuarto cliente de las exportaciones castellonenses, con un incremento en volumen en relación con el mismo periodo del 2010 del 80,6%, al sumar ventas superiores a los 207,5 millones de euros, frente a los 114,9 de los ocho primeros meses del año pasado.

Los grandes sectores que en este caso han 'tirado' del alza de la comercialización de productos de la provincia en el país norteamericano son los de agroalimentación, junto a maquinaria y otras actividades relacionadas con la construcción, según se desprende de los datos que recopila el Instituto Español de Comercio Exterior (Icx).

EL AZULEJO En lo que se refiere a los pavimentos y revestimientos cerámicos, lo que más vende Castellón en otros países, han sufrido en el periodo estudiado un ligero recorte en la ventas realizadas en EEUU, al bajar el 4,28%. Sin embargo, el informe elaborado por la oficina del Icx en Miami sobre la marcha de la última edición de Coverings, la más importante para la actividad cerámica en Estados Unidos, celebrada en esta ocasión en las Vegas, apunta signos de recuperación también para el azulejo.

Los técnicos señalan que, "pese a que la etapa económica en la que nos encontramos no es la más positiva que hemos podido observar en las últimas ediciones de Coverings, y las cifras demuestran lo contrario, durante la edición de 2011 los participantes han tenido sensaciones de recuperación en el tráfico comercial". El informe puntualiza en este sentido que "esto ha sido especialmente claro por parte de

La imagen del producto español mejora en EEUU

→ "Las empresas españolas con su calidad, diseño y cualidades técnicas deben centrarse en este segmento ya que es el que menos caída tiene y aporta un mayor valor añadido. Además, la imagen de los productos españoles es muy positiva y los esfuerzos realizados en diseño e innovación están siendo muy apreciados por los clientes norteamericanos e internacionales". Es una de las conclusiones que recoge el informe sobre Coverings 2011 elaborado por la oficina del Instituto Español de Comercio Exterior (Icx) en Miami. Los técnicos valoran también que "la estrategia para las empresas españolas se sigue encontrando en centrarse en las ventas de gama alta en canal minorista, construcción comercial a través de

diseñadores y arquitectos". Por otra parte y en lo que se refiere a la participación española en el certamen, ponen de manifiesto que "ha crecido ligeramente con respecto al ejercicio anterior, siendo 34 las empresas de azulejo, una más que en el 2010, además de nueve empresas de piedra natural para las que Coverings también es evento de referencia". Los expertos del Icx entienden, en relación con esta cuestión, que "la mejora en la tendencia de participación es una muestra de la recuperación económica del sector en Estados Unidos, y de que las empresas siguen apostando por cuidar su negocio exterior para no perder ingresos". Consideran también una "buena noticia para los expositores" la celebración de la próxima edición de Coverings en Orlando, ya que "es donde ha tenido más éxito" y donde se ha celebrado tradicionalmente.

los exhibidores que han mostrado sus nuevos productos confiando en obtener una buena posición para el comienzo de la recuperación".

De hecho, los expertos del instituto consideran en sus valoraciones que "el mercado de pavimentos de suelo en Estados Unidos continúa dando signos de recuperación que, aunque aún leves, se espera que sean el comienzo de una tendencia positiva para los próximos años; Coverings ha sido la feria más importante en Norteamérica para el sector de la baldosa y la piedra natural y sigue siendo la feria de referencia en el canal de distribución por lo que la asistencia a la misma,

para dar a conocer la marca y el producto es esencial y las empresas españolas se están sabiendo posicionar adecuadamente en el segmento minorista y de especificación".

Por último y en el capítulo de las recomendaciones para las empresas, el Icx indica que "es importante elegir bien el diseño del stand mostrando claramente los productos que se desean vender y asegurándose que la marca es recordada por los visitantes", así como "mostrar productos innovadores para atraer la atención es también decisivo, especialmente si se tratan de diseños vanguardistas que pueden atraer visualmente", indican. ■



TRIBUNA JURÍDICA

La prima de riesgo y los caminos de futuro

ALFREDO GARCÍA-PETIT BARRACHINA Abogado

Esta última semana todos volvemos a hablar, creo que más que de las elecciones, de la prima de riesgo como si de un término que siempre hubiese estado en nuestro vocabulario se tratara. Sin embargo, no es así, han sido las excepcionales circunstancias económicas en las que vivimos las que nos han hecho cursar un máster en mercados financieros para poder entender qué le está pasando al nuestro.

La prima de riesgo es la diferencia entre el tipo de interés que el Estado español debe ofrecer por su deuda, en comparación con la deuda de Alemania, para que los inversores se la compren. Así cuando se dice que está en 500 puntos básicos, se quiere decir que para que alguien compre un título de deuda española le tenemos que ofrecer un 5% más de interés de lo que le ofrecen por un título semejante pero de deuda alemana.

Se cuestiona la valentía de los gobernantes para adoptar las reformas precisas

Esa diferencia se basa en el principio básico de todo inversionista que consiste en que cuando ponga mi dinero en algo que tiene mayor riesgo, exijo que me den un interés mayor. En el caso de la deuda, el peligro es que el Estado emisor no pueda pagar los intereses a los que se ha comprometido, o incluso que ni siquiera pueda devolver la inversión. Este diferencial siempre ha existido, puesto que la potencia de la economía alemana con respecto a la de las demás economías de la Unión Europea siempre ha sido mayor. Sin embargo, era relativamente pequeño, ya que nadie dudaba de la solvencia del Estado español. Esa situación ha cambiado y, como cada vez se cuestiona más la capacidad de España para devolver la deuda, los inversores internacionales consideran que para que les resulte interesante comprarla se les debe retribuir con un interés más alto. Las consecuencias son que, al final, para que nos compren la deuda hay que ofrecer un tipo de interés tan alto que se duda de la capacidad de la economía española para generar el dinero con el que pagarlos, lo que hace que aún se deba subir más el tipo, en un bucle vicioso.

Se podría pensar que la solución es no emitir deuda pero, tristemente, esa no es una opción ya que la situación de las arcas públicas es en estos momentos tan grave que, para que las administraciones públicas puedan pagar sus compromisos, desde la luz, hasta las inversiones comprometidas o ya ejecutadas, pasando por los sueldos de los funcionarios, es necesario pedir el dinero fuera, porque aquí, con lo que se ingresa de los impuestos y demás ingresos públicos, no hay suficiente.

Pero, en el fondo, cuando se cuestiona la capacidad de España para devolver la deuda lo que se está cuestionando es la valentía de nuestros gobernantes para adoptar las reformas que son necesarias para poder salir de esta situación de parálisis en la que vivimos. Por ahí es por donde ha de venir el final de la crisis de la deuda, lo que probablemente también sea el principio de la recuperación económica.

Más información: alfredo@garciapetitabogados.es

MEJORA

El precio sube el 5,1% en las exportaciones

La balanza de pagos recorta su diferencial negativo en más de 4.000 millones este año

Según los últimos datos extraídos por Crédito y Caución del Índice de Precios de Exportación (IPRIX), que mensualmente publica el Instituto Nacional de Estadística (INE), en el mes de septiembre, los precios de las exportaciones industriales españolas crecieron un 5,1% interanual. Por su parte, las importaciones aumentaron un 9,6%, frente a 8,9% registrado el mes anterior.

En otro orden de cosas, pero

también en relación con la producción española y el mercado exterior, según las últimas estadísticas de la balanza de pagos que publica mensualmente el Banco de España, entre enero y agosto de este año 2011, el déficit acumulado de la balanza por cuenta corriente se situó en 30.370,5 millones de euros, frente a los 34.759,2 registrados en el mismo periodo de 2010, con un sensible descenso. ■