

**CONTACTOS EMPRESARIALES
DURANTE LA EXPO'92:
MOTOR PARA EL DESARROLLO
ECONOMICO FUTURO.**

Héctor Luis Morell Villette

OBJETIVO

El objetivo de este artículo es analizar la EXPO en sus diferentes vertientes basándonos tanto en la experiencia propia que como Cámara de Comercio tenemos, como en la influencia que esta ha tenido en las empresas de nuestra demarcación y como vía para el desarrollo de nuestra provincia.

Para ello vamos a considerar tres periodos que son básicos y necesarios distinguir por la distinta incidencia que han tenido. Para ello consideramos el período pre-Expo, el período Expo y el futuro o período post-Expo.

PERIODO PRE-EXPO

La celebración de este evento supuso desde 1987, -cuando por primera vez, y a través de las enmiendas que se hicieron, se incluyeron en los presupuestos del Estado las primeras partidas dirigidas a la organización de la EXPO'92- una movilización de una ingente cantidad de recursos tanto materiales como humanos que no tendría sentido que hubiese terminado con el 12 de Octubre.

La filosofía que presidió toda la organización de la EXPO pretendía que la inversión pública se adelantara a la privada y actuara como locomotora que tirase de las privadas, haciendo creíble la viabilidad del proyecto y el apoyo de las Administraciones fundamentalmente en la realización de las grandes obras públicas necesarias para subsanar las deficiencias del territorio y dotarlo de las condiciones mínimas para hacer posible la celebración de la EXPO'92.

Con el fin de involucrar más directamente a la iniciativa privada en este proyecto se diseñó un marco legal de beneficios fiscales, que pretendía fomentar la colaboración empresarial y ahuyentar el pro-

blema del costo y de la carga impositiva, heredada de la Exposición Iberoamericana de 1929.

La incidencia de la Exposición Universal en el período previo a la celebración de la misma, ya se puso de manifiesto a través de las innumerables obras de infraestructuras que se comenzaron a ejecutar y que supuso un aumento del volumen de negocio de las empresas constructoras y sus auxiliares. Asimismo las empresas de servicios, indirectamente también se vieron afectadas a través de su uso por el mayor número de mano de obra foránea que la ejecución de estas obras supusieron.

Innumerables son las empresas constructoras que se han visto beneficiadas con la celebración de la EXPO'92, por lo que ha supuesto de incremento de su volumen de negocio. Las diez primeras empresas constructoras suponen un volumen de obras contratado con la EXPO de 35.766 millones de pesetas. Estas son Dragados y Construcciones, Ferrovial, Grupo Abengoa, Fomento de Construcciones y Contratas, Entrecanales, Lain, Auxini, Ocisa, Cubiertas y Obrascon. A estas hay que unir todas las que han intervenido en la construcción de las diferentes obras de infraestructuras del entorno -rondas, autovías, puentes, aeropuerto, AVE y estación de Santa Justa- así como en los establecimientos hoteleros tanto de nueva creación como los de reforma y modernización y en las viviendas que constituyeron el núcleo residencial de EXPO'92.

La incidencia en esta primera etapa no se debe valorar sólo desde el punto de vista del volumen de negocio sino también del de la formación de una mano de obra, hasta entonces ociosa, o bien, colocada en otros sectores productivos, que dada la necesidad y la falta de recursos existentes se ha preparado y formado para el desempeño de funciones tan concretas como puede ser la de encofradores, alicatadores, pintores y electricistas.

Como mencionamos anteriormente, no sólo han sido las empresas constructoras sino también las suministradoras de material de construcción y demás materiales las beneficiadas durante este período pre-EXPO. Igualmente las actividades de servicios, léase restaurantes, comercio, inmobiliarias, hoteles,... se han visto beneficiadas por la llegada de los profesionales -que bien por trabajar directamente en la organización de la EXPO'92 o bien por ser mano de obra inducida por esta en el período pre-EXPO- que han supuesto un aumento de su negocio.

Una vez vista la incidencia de este período pre-EXPO sobre la actividad económica veamos, aunque

sea someramente, las infraestructuras que se han acometido tanto en Sevilla -como sede del evento- como en su entorno, con el fin de facilitar el acceso a la Exposición y que han supuesto una inversión de unos 950.000 millones de pesetas:

En menos de cinco años se han construido 75 Kilómetros de nuevo vial de rondas periféricas - Ronda sur de circunvalación, Ronda de M^a Auxiliadora, Los Remedios, Ronda Norte, Ronda del Tamarguillo, Ronda Pío XII, Ronda Intermedia de Triana. Se han construido cuatro nuevas avenidas; Se ha reformado el trazo del río con la construcción de siete nuevos puentes sobre el río Guadalquivir - Puente del V Centenario, Puente de las Delicias, Puente de Chapina, Pasarela de la Cartuja, Puente de la Barqueta, Puente del Alamillo, Puente de la Corta. Se ha reestructurado totalmente la red ferroviaria con una nueva y moderna estación de viajeros: Estación de Santa Justa, donde el tren de alta velocidad termina su trayecto Madrid-Sevilla, que además cuenta con dos apeaderos que servirán para potenciar el ferrocarril como transporte metropolitano y de cercanías. Se han remodelado los ramales ferroviarios. Se han creado nuevas estaciones de mercancías. Se ha multiplicado por cuatro la capacidad del aeropuerto, que ha pasado de 1.300 a 3.400 viajeros/hora, mediante una mejora de las pistas existentes y la construcción de una nueva terminal; Se ha reconvertido el puerto; Otras obras de infraestructura: Existe un nuevo estadio de pista cubierta, un palacio de congresos y exposiciones y una estación de autobuses.

En este sentido, comentar que la Cámara de Comercio de Sevilla a través de la Comisión de Infraestructura mantuvo contactos con la Secretaría de Planificación de la EXPO'92 para conocer durante el período pre-Expo el estado de las distintas obras que se estaban acometiendo y creó su propia base de datos con información sobre las distintas infraestructuras en curso que fue muy consultada por los distintos empresarios.

Las inversiones en infraestructura de Telecomunicaciones en el recinto de la Exposición y en la provincia de Sevilla suponen un gran avance que permitirá además la puesta en funcionamiento del complejo de innovación científica y tecnológica de Cartuja'93. Un total de 117.000 millones de pesetas de inversión pública, 147.000 millones de pesetas de inversión privada.

Además se han acometido numerosos proyectos de restauración, construcción de hoteles, rehabilitación y reforma de inmuebles de valor histórico-artístico, ...

La vertebración de Andalucía, hecha a partir de Sevilla se concreta en :

a) Un total de 1.500 Kilómetros de autovías: todas las capitales andaluzas se comunican ahora entre sí en un gran eje transversal y con la autovía del Mediterráneo, que a su vez enlaza con la red Europea.

- Autovía de 92, que enlaza la autovía del sur con Madrid y con la frontera portuguesa del Algarve.
- Autovía Sevilla - Huelva.
- Autovía Madrid - Sevilla.

b) Nueva conexión ferroviaria Madrid - Sevilla.

c) El aeropuerto de Málaga también se ha remodelado y doblará su capacidad hasta alcanzar los 10 millones de viajeros anuales.

PERIODO EXPO

Aunque, en un principio, las empresas andaluzas se mostraron recelosas ante los preparativos de la Exposición, que veían como una iniciativa marcadamente estatal, posteriormente se involucraron en el negocio de la EXPO, constituyendo una parte importante de los concesionarios y licenciarios de la EXPO. Aunque consciente de que era posible que en un período de seis meses no se materializasen los volúmenes de negocios esperados, se embarcaron en esta aventura por las posibilidades que el participar en un evento de estas características les podría suministrar en cuanto a dotarse de una sólida estructura empresarial y a una prestigiosa imagen de marca, al tiempo que la convivencia y el contacto con empresas internacionales les podría beneficiar de cara al futuro.

Más de cuarenta son las empresas andaluzas vinculadas a EXPO'92, la forma de participar va desde la propia concesión hasta la licencia de comercialización pasando por actuar como empresa suministradora, empresa asociada o empresa colaboradora.

Con independencia de estas empresas a las que la Exposición Universal afecta muy directamente, han sido muchas otras las que se han visto beneficiadas con la EXPO, y son aquellas que de un modo u otro han visto incrementarse sus relaciones exteriores -sean comerciales, financieras o técnicas- a través de los contactos organizados por los distintos Pabellones y por instituciones como la Cámara de Comercio.

Esto nos lleva a analizar los contactos mantenidos por la Cámara de Comercio, como representante

de todas las empresas de su demarcación, durante el período de la EXPO'92, ya que de éstos se han derivado no sólo la proyección internacional de nuestras empresas sino también actuaciones concretas que van desde misiones comerciales, firma de convenios hasta la decisión de crear una delegación de la Cámara de Comercio en Moscú.

Antes de analizar estos contactos mantenidos, quiero detenerme en un contacto específico y de particular importancia para nosotros: el Consejo Superior de Cámaras de Comercio de España, que dispusieron de una oficina permanente en el World Trade Center durante todo el período de la Exposición. El trabajo realizado por esta oficina, que fue abundantísimo, consistió en la coordinación de las visitas empresariales organizadas por los distintos Pabellones con la totalidad de las Cámaras españolas, así como la organización de las visitas llevadas a cabo por delegados empresariales de las diversas Cámaras españolas. Aún contando esta oficina con personal propio, es fácil suponer que gran parte del mismo recayó sobre la Cámara de Sevilla.

Dentro de la actividad desarrollada por el Consejo Superior de Cámaras quisiera resaltar el ambicioso programa de Cooperación Empresarial, financiado y coordinado con la Comunidad Europea, EUROAMERICA'92, tendente a fomentar la cooperación industrial a través del establecimiento de todo tipo de relaciones financieras, comerciales y técnicas entre empresas latinoamericanas y de la CE aprovechando la celebración de la EXPO'92 en Sevilla.

Esta iniciativa que se basa en la experiencia obtenida en la utilización de los diferentes instrumentos de cooperación existentes, -BC-NET, BRE, COOPECO, ... - responden al objetivo de las Cámaras de ser interlocutores del mundo empresarial y persigue, la identificación de proyectos y de socios potenciales que pueden culminar en el establecimiento de joint ventures entre empresas latinoamericanas y de la CE.

Este proyecto se inició durante el período EXPO, ya que se pensó que la convivencia en un espacio como el de la Isla de la Cartuja entre representantes de los diferentes países comunitarios y latinoamericanos podría constituir un primer encuentro y serviría para la mayor difusión de este nuevo canal de comunicación intercontinental que incrementaría nuestras relaciones comerciales y empresariales.

Euroamérica es una base de datos que contiene perfiles de empresas que a través de una unidad operativa informatizada canaliza ofertas y demandas de cooperación empresarial. Esta base de datos divide

los sectores económicos en siete, que son los siguientes: agrícola-alimentario, metal-mecánico, químico, ingeniería-construcción-electricidad-electrónica, madera-papel-artes gráficas, cuero-calzado-textil-artesanía y servicios. Considera varios tipos de cooperación que pueden ser: general, financiera, comercial y técnica.

Durante el período Expo han sido 445 las empresas que han tenido contactos de cooperación a través de Euroamérica; de ellas 254 eran empresas procedentes de Latinoamérica y 191 europeas, lo que pone de manifiesto el interés suscitado entre nuestras empresas por este tipo de contactos. Por sectores ha sido el metal-mecánico el más solicitado aglutinando el 27,4% de la totalidad de los contactos.

Si pasamos a analizar los contactos mantenidos por la Cámara de Comercio propiamente dicha durante el período de la EXPO'92, cabe señalar que se han mantenido 150 entrevistas con empresarios privados, ciento doce Misiones Comerciales de empresarios de distintos países -principalmente europeos y latinoamericanos- encabezadas por los respectivos Presidentes de las Cámaras de Comercio correspondientes y contactos con cincuenta y una organizaciones de empresarios e instituciones.

Profundicemos en el análisis de los contactos mantenidos y para ello vamos a utilizar varios criterios, como son el carácter del contacto, tipo de visitante y la procedencia del mismo.

Antes de ello, tenemos que matizar que sólo se consideren aquellos encuentros mantenidos durante el período Expo, que han sido inducidos de una forma u otra por la celebración de la Expo'92, dejando a un lado aquellos otros no relacionados con la Expo'92 y que constituyen contactos normales o sobre facetas distintas de las actividades de la Cámara.

En función de este criterio se puede clasificar los contactos en tres tipos: institucionales, empresariales y mixtos. Los contactos institucionales han sido los más numerosos, superando el setenta y uno por ciento del total de contactos, cosa lógica si se tiene en cuenta el tipo de interlocutores, que en su mayoría se trataba de Cónsules, Alcaldes y demás representantes de gobiernos extranjeros y de Cámaras de Comercio.

Este tipo de contactos han dado lugar a posteriores contactos de tipo empresariales, por lo que la importancia de ellos es fundamental como primer paso necesario para establecer canales de comunica-

ción con otras instituciones, que posteriormente, y con el seguimiento de los mismos darán lugar a encuentros de tipo empresarial que redunde en el beneficio de nuestras empresas.

Además estas visitas sirven para dar a conocer nuestra provincia, sus peculiaridades culturales, históricas y económicas, y para dar una imagen de economía con grandes posibilidades de proyección que es fundamental para el desarrollo de nuestra región. En este sentido es importante señalar que todas las infraestructuras y mejoras realizadas -por otro lado necesarias- son un elemento importante de gran incidencia en la imagen que los foráneos perciben.

Si consideramos los contactos en función del carácter del visitante, destacar que el 40 % de los mismos han sido de representantes de Gobiernos nacionales o regionales y el 31,5 % de Cámaras de Comercio tanto de otras regiones como extranjeras que venían tanto en visita de carácter institucional como encabezando misiones comerciales. Otras de las entrevistas mantenidas han sido con empresarios individuales, con medios de comunicación extranjeros desplazados hasta aquí con motivo de la Expo y que se han interesado por conocer nuestra cultura y economía y la incidencia de este tipo de eventos sobre el desarrollo de las zonas donde tienen lugar y, asociaciones empresariales. De todas ellas, cabe destacar: la ODII, Feria de Muestras de Colonia y Dusseldorf, 20 Comisarios de Delegaciones de Empresarios de Pabellones en la EXPO, Director General de Comercio Exterior de Bélgica, Director General y equipo de AIR FRANCE, alta dirección del grupo Continente en Francia (ADRI de París), Consejero Económico del Reino Unido en Madrid y empresarios ingleses, Academia de Ciencia de Moscú, el Gobierno Regional de ILE de France (París), Puerto de Gantes de Bélgica entre otros.

En cuanto a la procedencia del visitante hay que señalar que un ochenta y seis por ciento de los visitantes han sido extranjeros, de los cuales, un sesenta y nueve por ciento procedían de Europa -destacando los contactos mantenidos con organismos franceses y de Europa del Este-, un veintidós por ciento de América y sobre todo de países Latinoamericanos, disminuyendo el porcentaje de encuentros mantenidos con representantes de otras zonas.

Los resultados hasta hoy en día obtenidos y realizados son:

1º) Convenio de colaboración para establecer oficinas de la Cámara de Comercio de Sevilla, con 6 países latinoamericanos, 2 países de la Comunidad

Económica Europea y 4 países del Este de Europa.

2º) Apertura de una oficina de la Cámara de Comercio de Sevilla en la Ciudad de Moscú. En vías de acuerdos y firmas se encuentran otras 10 posibles oficinas de la Cámara de Comercio de Sevilla en Europa y Latinoamérica. Asimismo se está acabando de confeccionar listado de más de dos mil contactos para continuar los mismo y aprovechar el impulso de conocimiento y contactos que nos ha facilitado la EXPO'92.

PERIODO POST EXPO

Todo lo anteriormente relatado tanto en el periodo pre-expo como durante la Expo, nos llevan a mirar el futuro con optimismo y una enorme exigencia en nuestro trabajo presente y futuro. Quisiera remarcar los logros conseguidos que nos llevan a hablar de optimismo.

En primer lugar el profundo cambio de las infraestructuras que han hecho de Andalucía, y Sevilla en particular, una región de características europeas. Y, lo que es más importante, conectada de una vez por todas con Europa. Creo justo manifestar que no se puede aún medir la influencia de este cambio. Quiero así salir al paso de los comentarios surgidos que acusan de haber realizado en nuestro entorno una inversión que no se ha visto reflejada en la misma medida en el desarrollo de la región. No se puede medir con una escala de corto plazo (incremento del PIB) lo que da sus frutos en el medio y largo plazo (infraestructura).

En segundo lugar la dinamización empresarial que ha supuesto el fuerte esfuerzo inversor que ha actuado a modo de locomotora. Frutos concretos han sido la modernización y saneamiento de una importante actividad auxiliar de la construcción e industrial. Desgraciadamente en este aspecto, aún siendo muy importante la mejora, no se ha obtenido todo el beneficio potencial debido al auge tomado por la actividad económica de carácter especulativo.

En tercer lugar el haber realizado una obra que ha maravillado a los numerosos visitantes institucionales y empresariales con la calidad comprometida y dentro del plazo prefijado. Este aspecto consideramos que puede llegar a ser, si sabemos explotarlo bien, el más importante de los tres reseñados. Esto es así porque tiene una doble influencia. Una interna consistente en la propia estima alcanzada por las empresas que han trabajado en su ejecución y que se han dado cuenta de que tiene un potencial de compe-

titividad a escala europea, perdiendo falsos prejuicios y miedos, además de la mejora de la cualificación de los recursos humanos y del **now how** que permanece en la región y que ha de ser considerado desde la perspectiva de la gestión del conocimiento, auténtico factor de éxito de una región en el presente-futuro. La segunda influencia de este tercer aspecto está relacionada con el exterior: la mejora de la imagen de marca y seriedad comercial de nuestra región en los ámbitos empresariales que nos han visitado. Ha sido comentario unánime de éstos el llevarse una imagen bien distinta al flamenco y los toros, no por desaparecer ésta, sino por enriquecerla con nuevos matices de región de futuro, trabajadora y con enorme capacidad de reacción. Dos peligros tenemos de empañarla, lo elevado de los precios y la falta de seriedad en los pagos de la administración que está trascendiendo fuera de nuestras fronteras. Desgraciadamente la situación económica de crisis no favorece la explotación del éxito de la exposición.

El ingente volumen de contactos mantenidos durante el período EXPO'92 pone de manifiesto la importante vía de expansión comercial y empresarial que se les abre a nuestras empresas, que teniendo en cuenta el contexto cada vez más competitivo en el que nos vamos a mover, obliga a que nuestras empresas amplíen sus ámbitos de actuación. Para instituciones como la Cámara de Comercio cuya misión está en apoyar a las empresas a llevar a cabo su proceso de internacionalización resulta claro comprender que el dar continuidad a estos contactos y explotar el enorme entramado de relaciones entabladas con un ingente número de instituciones empresariales es absolutamente fundamental. Somos conscientes de poder afirmar, sin miedo a equivocarnos y sin buscar frases del momento, que para nosotros la Expo empieza ahora.

Consciente de esta realidad la Cámara de Comercio de Sevilla se ha marcado como uno de sus objetivos fundamentales para los años venideros, el facilitar la presencia internacional de nuestras empresas en el exterior. Prueba de ello y como ya hemos mencionado anteriormente, están los convenios firmados para el establecimiento de oficinas de la Cámara de Comercio de Sevilla en distintos países latinoamericanos, comunitarios y de Europa del Este. La elección en la ubicación de las mismas responde tanto al actual volumen de intercambios de nuestra economía, -nuestros principales socios comerciales son: Comunidad Económica Europea, Estados Unidos de América y los países de América-Latina- que hay que facilitar y fomentar como a la apertura de nuevos canales con aquellas zonas geográficas que consideramos pueden ser más interesantes para nuestras empresas, desde sus características y especialización.

Además de la apertura de estas delegaciones se ha contratado nuevo personal pues somos conscientes de que continuar estos contactos y sacarle provecho no a nivel institucional sino empresarial requiere de muchas horas de trabajo, intercambio de correspondencia, viajes y visitas que exigen dedicar recursos específicos a estos cometidos para desempeñarlos con calidad y efectividad. Se han marcado asimismo los planes de trabajo de estas personas con objetivos concretos a cubrir durante 1993.

Finalizo este artículo remarcando que para nosotros la Exposición Universal comienza ahora; estamos poniendo los medios (dotaciones, personal y presupuesto, así como los objetivos a lograr) para que este convencimiento se haga realidad y de frutos positivos en nuestras empresas. Con esta esperanza y la seguridad de que un trabajo serio siempre obtiene resultados, seguiremos trabajando.