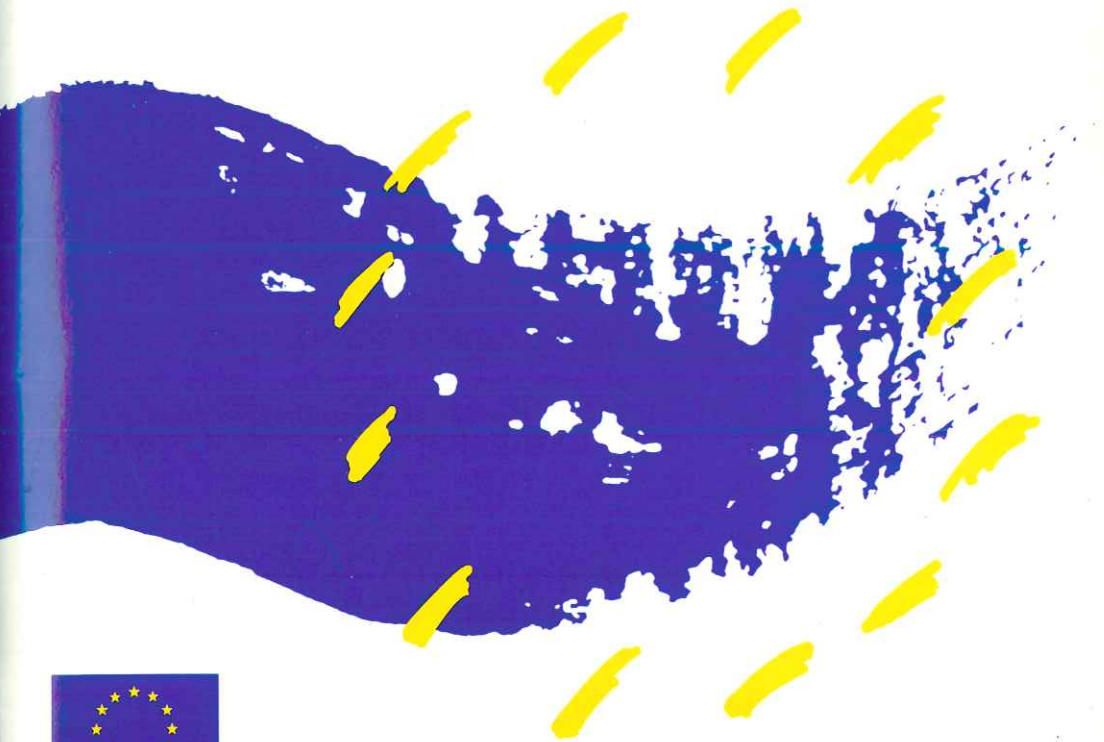


EUROPA 1992

Una
estrategia
empresarial
para el
Mercado
Unico



COMISION DE
LAS COMUNIDADES
EUROPEAS



Banco
Santander

Copyright 1989.

Comisión de las Comunidades Europeas.

Primera Edición: Junio 1989.

Reservados todos los derechos.

Cualquier reproducción integral o parcial, por cualquier procedimiento que se use, incluida la fotocopia, no podrá ser realizada sin la autorización del autor o de sus representados.

Texto original, en inglés, de J. S. N. y E.V. Drew.

Supervisión: Estudio Garrido, Muñoz, Puelles.

Versión española realizada por Banco Santander, en colaboración con la Oficina en España de las Comunidades Europeas.

Serie de publicaciones sobre el mercado interior de la Comunidad Europea.

Patrocinado por Banco Santander.

Diseño y edición: OPE, S.A.

Europa 1992.

Un objetivo común

En esta carrera mundial contra reloj de la que depende la supervivencia de los países europeos, era necesario buscar un objetivo que pudiese trascender las dificultades cotidianas y reunir nuestras fuerzas y energías. Por esta razón, a mi llegada a la Presidencia de la Comisión Europea propuse al Parlamento Europeo y a los Jefes de Estado y de Gobierno de la Comunidad la realización, de aquí a 1992, de un espacio económico verdaderamente común y solidario. Por su dimensión - el mayor del mundo - este gran mercado sin fronteras es una baza irremplazable para el resurgimiento y la competitividad de nuestras empresas. Permitirá aumentar el crecimiento y el número de empleos y contribuirá a un mayor equilibrio de la economía mundial. Este gran mercado tiene una dimensión económica y social que debe desembocar en una comunidad más unificada.

En consecuencia, los doce Estados miembros han decidido que el mercado interior debe estar apoyado por unas políticas que conduzcan no sólo a una mayor unidad sino también a una creciente prosperidad. Con este objetivo se han reforzado las políticas tecnológicas de la Comunidad y ampliado los recursos disponibles para conceder ayudas y asistencia a los parados de larga duración, a los jóvenes sin empleo, al desarrollo rural, así como a las regiones más desfavorecidas de la Comunidad y a las que deben hacer frente a unos mayores problemas de reestructuración.

Este gran mercado que estamos creando afecta directamente a cada uno de los ciudadanos de Europa. Es un proyecto revolucionario pero se realizará, en cuanto supone una absoluta necesidad y porque trae consigo la esperanza de una Europa fuerte y unida.

Jacques Delors

Presidente de la Comisión de las Comunidades Europeas.

(Extracto de la introducción al Informe Cecchini: "Las ventajas de un Mercado Unico".)

12.534

Europa 1992. Estrategias empresariales para el Mercado Unico.

Introducción

Martín Bangemann

Capítulo 1

1992: El reto

Capítulo 2

La respuesta al reto

Capítulo 3

Europa, nuestro mercado interior

Capítulo 4

¿Qué estrategia para 1992?

Capítulo 5

Contactos con la Europa Comunitaria

Capítulo 6

Fuentes de Información y Direcciones útiles

Europa 1992.

Un reto y una oportunidad para las empresas

La Comunidad ha recorrido un largo camino en los últimos diez a quince años. Mirando hacia atrás y analizando los años 70, la Comunidad pareció sufrir de "Euroesclerosis". Los síntomas fueron un pobre crecimiento económico, un valor añadido, una competitividad industrial escasa y una participación decreciente en las exportaciones mundiales.

Las perspectivas generales eran de pesimismo en cuanto al futuro económico de Europa. El contraste con el ánimo de hoy es notable.

Gracias al proyecto de Mercado Unico Comunitario, Europa se encuentra de nuevo orientada hacia una mayor competitividad industrial y vitalidad económica. El clima actual es de "Euro-optimismo" en cuanto al potencial y al futuro de la Comunidad.

Nosotros, en la Comisión, seguiremos haciendo todo lo que podamos para dar al programa un mayor impulso y estamos convencidos de que la fecha señalada de 1992 será alcanzada.

Este proceso es ya irreversible; el proceso está asegurado por la creciente toma de conciencia de que, en el mundo de hoy, económica y políticamente este es el único camino para que la Comunidad avance.

Martin Bangemann

Vice-Presidente de la Comisión de la Comunidad Europea.

Responsable de Mercado Interior y Asuntos Industriales.

Relaciones con el Parlamento.

1992 : El reto.

1

Oportunidades y riesgos para las empresas.

De aquí a finales de 1992, la Comunidad Europea va a ser un Mercado Único e integrado. Entonces, los bienes y servicios, los capitales y las personas circularán libremente a través de los Estados Miembros. En consecuencia, nuevas oportunidades comerciales se presentarán y el modo de llevar a cabo los negocios cambiará de forma significativa.

Debería ser así desde hace mucho tiempo, ya que hace más de veinte años que la Comunidad Europea es un mercado común bajo cuatro aspectos: primero, no existen ni restricciones arancelarias ni restricciones cuantitativas de los intercambios entre sus miembros; segundo, a todas las empresas que operan en el interior de la Comunidad Europea se les aplica un derecho común de competencia; tercero, su política comercial permite a la Comunidad hablar en nombre de todos los Estados miembros con una sola voz en las negociaciones comerciales internacionales tal como la actual Ronda Uruguay y ostentar así una posición fuerte frente a sus competidores, otros países industrializados. El cuarto aspecto es el de la Política Agrícola Común (PAC).

Pero en muchos casos los mercados nacionales siguen fragmentados, protegidos contra las importaciones por un gran número de barreras no arancelarias directas o indirectas. Estas han sido a menudo utilizadas por los Estados Miembros para impedir que las exportaciones de otros países miembros tengan acceso a sus mercados nacionales sobre la base de una competencia leal.

Estas barreras residuales, contrarias a los principios fundamentales del Tratado de Roma, son las que los Gobiernos de la Comunidad Europea se han comprometido a suprimir en los cinco próximos años. De ahí el eslogan "La consecución de un mercado sin fronteras en 1992."

Prepararse para 1992 es ya una prioridad gubernamental declarada de forma clara en algunos países de la Comunidad Europea. En otros está menos afirmada, pero en toda Europa las empresas se preparan con miras a 1992 y al Mercado Único. Y en su entusiasmo preceden a menudo a su gobierno.

Las trabas en los intercambios ya están, en algunos casos, desapareciendo y al final de 1992, el mercado interior deberá ser un hecho. A escala comunitaria, numerosos progresos están en marcha en múltiples campos tales como: la creación de normas industriales europeas, la apertura de los mercados públicos a la competencia intracomunitaria, la armonización del derecho de sociedades, la liberalización del sector servicios y de los movimientos de capitales, así como la adopción de un derecho de propiedad intelectual europeo (patentes y marcas europeas). Vendrá a continuación la aproximación de la fiscalidad indirecta (IVA e impuestos indirectos) percibida por los Estados Miembros. El cuadro 1 presenta las repercusiones que la apertura del mercado interior tendrá en su empresa.

Los primeros pasos en la consecución de un mercado integrado, así como cierta liberalización, son ya perceptibles en sectores tales como telecomunicaciones, transportes aéreos, banca, operaciones de títulos e inversiones.

CUADRO 1: Las repercusiones de la consecución del mercado interior para su empresa

- * Importantes ahorros (el coste de la no Europa se estima en 200.000 millones de ECUs o más) (*) y creación de millones de empleos (ver cuadro 6).
- * Eliminación de los controles fronterizos para las mercancías, los trabajadores asalariados y los viajeros.
- * Gastos de transportes y seguros menos elevados y más competitivos.
- * Reconocimiento mutuo de las normas que afectan a los productos y los servicios, la creación de normas industriales europeas.
- * Documento Unico Aduanero (DUA) que entró en vigor el 1 de enero de 1988 y que, en espera de la eliminación definitiva de los controles fronterizos, tiende a reemplazar los diversos formularios comunitarios o nacionales actualmente vigentes en los intercambios de mercancías entre los Estados Miembros.
- * Acceso a los mercados monetarios y libertad de inversión en cualquier país comunitario o en cualquier moneda.
- * Aproximación de los derechos mercantiles nacionales y creación de un Derecho Mercantil Europeo con el fin de facilitar las "joint-ventures", las fusiones y adquisiciones.
- * Posibilidad de contestar a las licitaciones tanto de prestaciones de servicios como para aprovisionamientos en toda la Comunidad.
- * Reconocimiento mutuo de las normas técnicas y eliminación de los controles fronterizos internos con el fin de facilitar la posibilidad de exportación para las pequeñas empresas hacia los países de la Comunidad; será tan fácil vender de Madrid a Birmingham o Hamburgo como de Madrid a Sevilla.
- * Crecimiento de las ventas que implican para las pequeñas empresas unas economías de escala y una mayor competitividad.
- * Mayor competencia entre los proveedores de servicios financieros, informática, telecomunicaciones y transportes, que conlleva una bajada de tarifas.
- * "Joint-ventures" y demás formas de cooperación comercial que permiten a las pequeñas empresas actuar en toda la Comunidad Europea, ventaja hasta ahora reservada a las grandes empresas. La flexibilidad de las PYMES, que les permite responder a las necesidades de nuevos clientes es, además, una ventaja que puede ser explotada en el Mercado Único.
- * Más beneficios y oportunidades de crecimiento pero también más competencia. Las empresas deben prepararse ahora para estar listas y poder afrontar el reto de 1992.

(*) ECU: 132 pesetas aprox.

Las empresas que en número creciente están orientando su estrategia a la dimensión 1992, no sólo tienen confianza en la solidez de la Comunidad y de sus instituciones, sino que constatan además que las fuerzas del mercado y los progresos tecnológicos van también en el mismo sentido.

Las empresas necesitan de forma imperativa asegurar su acceso a un mercado doméstico más amplio. En efecto, éste les permitirá realizar economías de escala, mejorar su productividad y rentabilizar sus gastos de I + D, así como sus inversiones. El mercado interior reforzará la actitud de las empresas europeas, forzadas a una creciente competitividad y llamadas a una cooperación más estrecha, a rivalizar en igualdad de oportunidades con sus principales competidores mundiales (Japón, EE.UU. y países recientemente industrializados).

La consecución del mercado interior tendrá pues profundos efectos en la industria y el comercio. Tanto las pequeñas o grandes empresas nacionales o multinacionales, así como los asesores empresariales y los poderes públicos, deberán tener en cuenta estos cambios en la organización de su estrategia.

La determinación de los Estados miembros y de la Comisión Europea para realizar estos cambios fundamentales ha ido creciendo durante los últimos años. Ha sido reforzada por la firma y la ratificación del Acta Unica Europea vigente desde julio de 1987, que fija como plazo de culminación del mercado interior el 31 de diciembre de 1992.

El Acta Unica Europea mejora entre otros aspectos el proceso de decisión de la Comunidad Europea, extendiendo el voto por mayoría cualificada a cierto número de áreas esenciales para la terminación del Mercado Unico, permitiendo así acelerar su realización. (Ver cuadro 2 para los detalles relativos a este cambio fundamental aportado al proceso de decisión). Además, modifica el Tratado de Roma de forma significativa para las empresas, y éstas empiezan a percibir la necesidad de volver a definir su estrategia comercial y su estructura. Esta evolución no puede aplazarse con el pretexto de que el objetivo 1992 y la culminación del mercado interior nunca verán la luz. El proceso está ya en marcha y este movimiento es irreversible.

Significado del Libro Blanco de la Comisión de junio de 1985 en cuanto a la consecución del mercado interior.

Numerosos elementos de este gran proyecto son ya un hecho y otros muchos van por buen camino gracias a la mejora del procedimiento de toma de decisiones. El Libro Blanco de la Comisión, de junio de 1985 (ver cuadro 3), contiene la lista de las 286 medidas concretas cuya adopción, en unos plazos puntuales y en conformidad con los tratados europeos, permitirá asegurar la completa y libre circulación de mercancías, servicios, personas y capitales.

EL Libro Blanco es un programa a ocho años (1985-1992) para la consecución del mercado interior y, las empresas deben evaluar las posibles repercusiones de su aplicación y adaptar en consecuencia su estrategia. La Comisión es el órgano ejecutivo de la Comunidad Europea, encargado de elaborar las medidas necesarias que después serán examinadas por el Parlamento Europeo y adoptadas por el Consejo. A principios de 1989 la Comisión ya había presentado más de tres cuartas partes de las propuestas, de las cuales 110 ya han sido adoptadas por el Consejo y forman de este modo parte de la legislación comunitaria. Es esencial que los jefes de Gobierno que han aceptado los objetivos del Libro Blanco se aseguren de que el Consejo respeta los plazos fijados en el calendario para la adopción de las numerosas propuestas que tiene ante él.

El programa del Libro Blanco representa un esfuerzo prioritario, respaldado por la Comunidad Europea a petición de los Estados miembros y apoyado por ellos con el fin de que el Mercado Unico e integrado sea una realidad a más tardar a finales de 1992.

CUADRO 2: El Acta Unica Europea

El Acta Unica Europea mejora de forma significativa el proceso de toma de decisiones en el seno de la Comunidad Europea. Extiende primero el voto por mayoría cualificada (esta última se alcanza por 54 votos de un total de 76, teniendo en cuenta las ponderaciones) a las dos terceras partes de las medidas que figuran en el programa de actuación del Libro Blanco de la Comisión, requiriéndose todavía la unanimidad para las disposiciones relativas a la libre circulación de las personas, a la fiscalidad, a los derechos e intereses de los trabajadores asalariados.

Esta mayor utilización del voto por mayoría cualificada ya ha permitido acelerar la toma de decisiones en el seno del Consejo en el ámbito del mercado interior y va a facilitar la adopción de las demás propuestas del Libro Blanco a las que este voto se aplica.

Además, el Acta Unica aumenta la participación del Parlamento Europeo en el proceso de toma de decisiones, gracias a la institución del procedimiento de cooperación y, sobre todo en el ámbito del mercado interior.

CUADRO 3: El Libro Blanco de la Comisión

Con el fin de llegar a un Mercado Único e integrado de aquí a 1992, los bienes y servicios, los capitales y las personas deberán poder circular libremente entre los Estados miembros. Con este fin, la Comisión ha definido cerca de 300 medidas a tomar para eliminar los últimos obstáculos y las ha clasificado en tres secciones en su Libro Blanco de 1985:

Barreras físicas

Control de las mercancías

- * Introducción del Documento Único Aduanero (DUA) hasta la supresión de los controles fronterizos en 1992.
- * Armonización de las normas en materia de salud pública. Control de las personas.
- * Eliminación de los controles de inmigración y de los pasaportes.

Barreras técnicas

- * Eliminación de todas las trabas técnicas a los intercambios entre los Estados miembros.
- * Desmantelamiento de las barreras a la libre circulación de mercancías, servicios, capitales y personas.
- * Reconocimiento mutuo de las normas industriales.
- * Creación de normas europeas.
- * Creación de condiciones que faciliten la cooperación industrial.
- * Protección común en materia de propiedad intelectual e industrial.
- * Apertura de los mercados públicos.

Barreras fiscales

- * Aproximación de la fiscalidad indirecta: IVA e impuestos especiales, lo que tiene como consecuencia :
- * Eliminación de los ajustes fiscales en las fronteras.

Lo que ya se ha hecho.

En enero de 1989, 110 propuestas del Libro Blanco ya habían sido adoptadas, 5 lo han sido parcialmente y otras 120 ya están redactadas. El 90 por cien de las propuestas habían sido ya presentadas al Consejo por la Comisión.

Igualmente, se han realizado importantes progresos en relación a la libre circulación de capitales, eliminación de las trabas técnicas a los intercambios entre los Estados miembros, creación de normas europeas y protección común en materia de propiedad industrial.

La respuesta al reto.

2

Revisión de la estrategia europea de su empresa.

Acaso por primera vez, numerosas empresas deberán tener en cuenta esta dimensión europea en sus actividades. De la disminución y de la eliminación definitiva de los controles en las fronteras internas derivarán, de forma inevitable, un aumento de las exportaciones e importaciones a través de Europa, más "joint-ventures" y un incremento de las inversiones en otros países de la Comunidad Europea. Pero, sobre todo, unas normas industriales europeas y un modo europeo de hacer negocios serán parte integrante del entorno económico de las empresas, pequeñas o grandes, en el seno de la Comunidad.

La eliminación de las barreras protectoras representa una oportunidad para sus empresas, abriéndoles en la Comunidad Europea nuevos mercados hasta entonces reservados a las firmas locales. Esto causará también nuevas elecciones estratégicas: para exportar, ¿se quedará Vd. aislado o buscará Vd. nuevos socios originarios de otros lugares de Europa?. Por otra parte, un número creciente de empresas de otros países miembros vendrán a hacerle competencia en sus mercados tradicionales.

Algunas grandes empresas ya han lanzado una "auditoría objetivo 1992" con el fin de valorar los riesgos y oportunidades que esta evolución del entorno europeo representa para ellas; otras muchas las seguirán por este camino. Las empresas españolas no deben quedarse atrás.

Establecimiento de su estrategia europea en el marco de una "auditoría objetivo 1992"

Este folleto no pretende enseñarle su oficio al hombre de negocios o al asesor de empresas. En base a la experiencia adquirida por algunas empresas, el objetivo es explicarles cómo se puede sensibilizar a los directivos ante los cambios que se producen en el panorama europeo de los negocios y de qué forma pueden contribuir a dar respuestas estratégicas. Muchos de estos cambios llevarán tiempo y generarán la aparición de nuevas estrategias en los negocios, así como el estudio y la adopción de nuevas técnicas. ¡Actuemos pues desde ahora!

Así, si su empresa suministra terminales u ofrece servicios en el campo de las telecomunicaciones, tal vez desee Vd. presentar sus ofertas de servicios ante las administraciones de telecomunicaciones de los demás países miembros. Ello requerirá por su parte más conocimientos lingüísticos, técnicos y culturales, un apoyo jurídico y fiscal, unas estrategias de tipos de cambio, así como un conocimiento más profundo de las prácticas comerciales y administrativas de ese país.

Si Vd. desea adquirir estos conocimientos dentro de su misma empresa, necesitará cierta organización. O, al contrario, ¿desea Vd. conseguir estas competencias y servicios del exterior?. Tendrá entonces que saber dónde y cómo adquirirlos. En ambos casos, la clave del éxito, en el seno de la nueva Europa sin fronteras, estará en una minuciosa gestión preventiva.

La eliminación de las barreras protectoras entre los doce aumentará de forma significativa la actividad transfronteriza. Tal como señalan los ejemplos arriba mencionados, en la medida en que la eliminación de las fronteras es una vía de doble sentido, las empresas españolas tendrán un acceso más fácil a los demás mercados europeos, pero, en cambio, sus competidores podrán exportar más fácilmente sus producciones y servicios a España.

Esto hace más urgente la revisión de la estrategia 1992 de su empresa. Podrá afectar a sus ventas de exportación, a sus operaciones de marketing, suponer un estudio de los efectos del ECU(*), del SME y de la libre circulación de capitales en su empresa. Llegado el caso, exigirá un análisis de las medidas de normalización, que se aplican a los productos que su empresa fabrica, adoptadas por la Asociación Española de Normalización (AENOR), el Comité Europeo de Normalización (CEN), el Comité Europeo de Normalización Electrotécnica (CENELEC) o el Comité Europeo de Correos y Telecomunicaciones (CECT) (ver capítulo 5).

Podrá igualmente conducirlo a una reevaluación de la política de personal de su empresa, ante la perspectiva del incremento de actividad europea, o a un examen de los medios de comunicación internos y de las relaciones públicas o a la definición de una estrategia de empresa que tenga plenamente en cuenta la mayor importancia de la dimensión europea en los negocios españoles. Con la evolución del entorno económico, los negocios tradicionales deberán hacer frente a nuevos retos.

Este folleto puede proporcionarle ideas para un debate a nivel de los Directores Generales o para un seminario para ejecutivos, o para que Vd. mismo, director de una pequeña empresa, pueda discutir sobre ello con los demás miembros de las organizaciones patronales a las que pertenece. En los siguientes capítulos le damos sugerencias relativas a la manera de llevar a cabo una "auditoría objetivo 1992" dentro de una empresa, poniendo en evidencia sus puntos fuertes y, llegado el caso, sus puntos débiles. La meta de esta "auditoría" se habrá alcanzado cuando se confirme que la Europa de 1992 ya no es sólo un concepto abstracto, sino que constituye un objetivo que ofrece a las empresas unas oportunidades incomparables y necesita su compromiso y apoyo.

Ya que los Estados miembros, la Comisión y el Parlamento Europeo han decretado prioridad absoluta a la culminación en 1992 del Mercado Único, y habiéndole imprimido un movimiento irreversible a esta tarea, no cabe ninguna duda de que el objetivo será alcanzado.

(*) ECU: 132 Pesetas aprox.

Europa, nuestro mercado interno

3

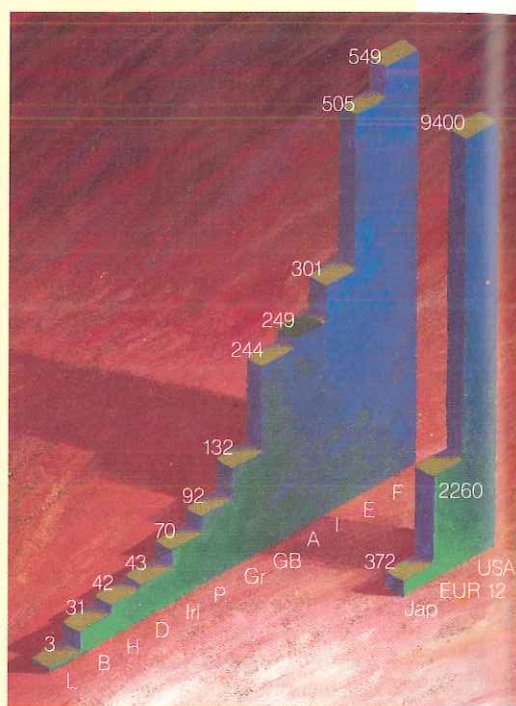
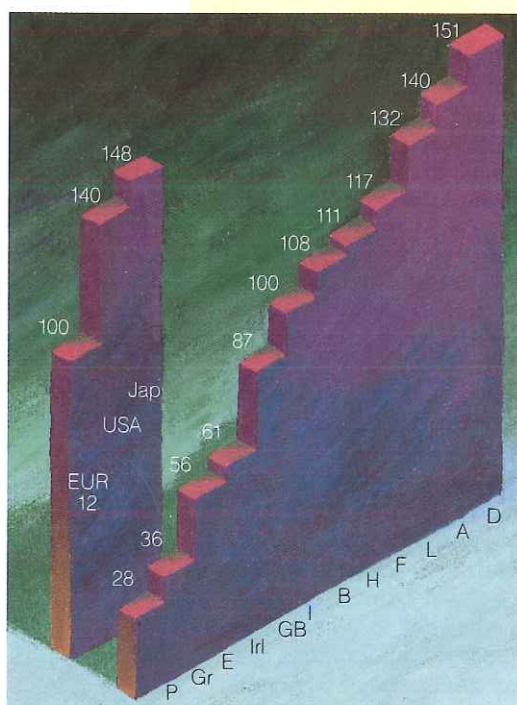
Los países de la Comunidad Europea deben unir definitivamente sus esfuerzos; así, conseguirán adquirir el poder económico que les permita atravesar con éxito el umbral del próximo milenio. Esta cooperación se extiende igualmente a los países miembros de la Asociación Europea de Libre Cambio (EFTA) - Austria, Finlandia, Islandia, Noruega, Suecia, Suiza - que, en muchos aspectos, abordan 1992 con el mismo espíritu. Algunas estadísticas de base se indican en el cuadro 4.

En España, con frecuencia no valoramos convenientemente el alcance de los progresos económicos realizados en otras partes del mundo. Y esto a pesar de los repetidos avisos que hacen hincapié en el hecho de que, sin la unión económica europea, no podremos pretender entrar en liza en un mercado cada vez más competitivo. La dimensión de las operaciones industriales en Japón y en Estados Unidos, la importancia que revisten allí la investigación y el desarrollo y el crecimiento de sus propios mercados son tales que, si queremos entrar en competencia con ellos, tendremos que elevar nuestro mercado interior a un nivel similar. Ahora bien, sólo una Comunidad Europea actuando como fuerza económica será capaz de hacerlo.

Durante los últimos años, las exportaciones españolas hacia la Comunidad, han tenido una participación cada vez mayor en el total de nuestras exportaciones.

CUADRO 4: PIB a los precios corrientes por habitante en 1987 Comparados con EE.UU. y Japón

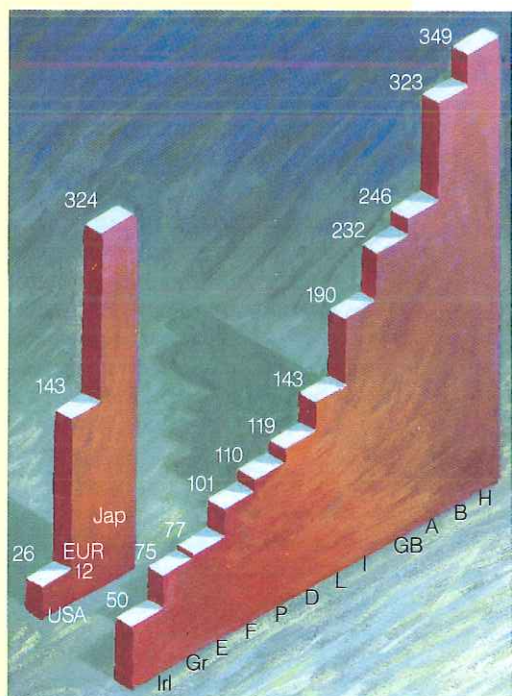
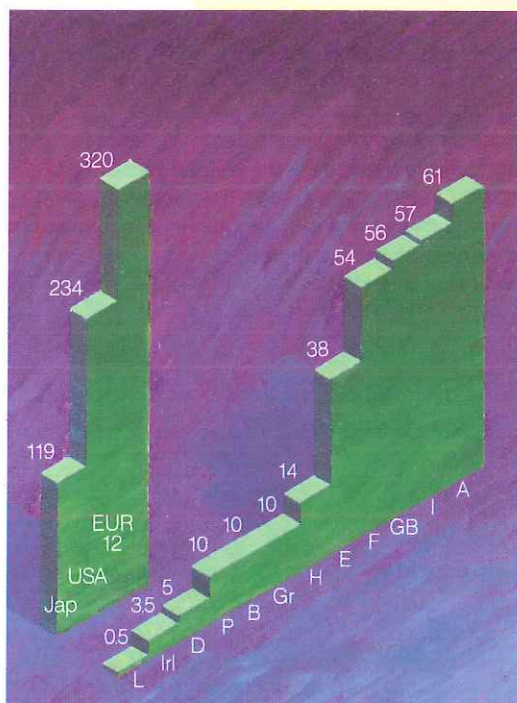
Fuente: Economía Europea
noviembre de 1987
(Índice 100: Eur 12)



Superficie de los
Estados miembros
de la CEE
comparada con la de EE.UU.
y Japón

En miles de Km²

Población (millones) 1986



Densidad (habitantes por Km2) 1986

Fuente: Estadísticas
de base de la Comunidad Europea
- Eurostat

La evolución de las exportaciones españolas con destino a la CE fue en % la siguiente:

1966	48 %	1986	60 %
1970	50 %	1988	66 %
1980	52 %		

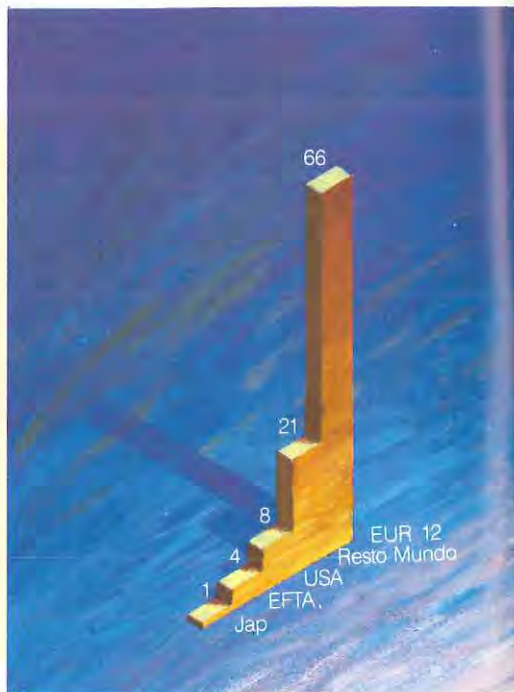
Las exportaciones españolas hacia Europa alcanzaron en 1988 el 70 por cien, si incluimos los países de la EFTA. Salvo raras excepciones, este hecho no se toma en cuenta en la estrategia de numerosas empresas. En efecto, éstas no consideran todavía a Europa del Oeste como un Mercado Unico cada vez más integrado, sino como un rompecabezas formado por pequeños mercados nacionales.

El cuadro 5 señala el lugar ocupado respectivamente por Japón, EE.UU. y Europa en el ámbito de las exportaciones españolas. La importancia que tiene el mercado europeo para España irá creciendo con el establecimiento de un Mercado Unico e integrado en 1992. Según el informe Cecchini, establecido por un grupo de expertos a petición de la Comisión, su logro permitirá, entre otras cosas, importantes ahorros monetarios del orden de 200.000 millones de ECUs(*) o más (ver cuadro 6). No se trata de un juego sin apuestas, pero todos los países pueden resultar ganadores.

El siguiente capítulo indica como podrán las empresas sensibilizar a sus responsables, en relación a estos cambios profundos, con el fin de obtener el máximo beneficio.

(*) ECU: 132 Pesetas aprox.

CUADRO 5:
Exportaciones españolas
totales en relación
con las grandes áreas
o países
(en %)
1988.



CUADRO 6: El coste de la no-Europa comparado con las ventajas económicas del Mercado Unico

La no realización del Mercado Unico supone para Europa un lastre, un peso inútil.

"La culminación del Mercado Unico e integrado de 320 millones de consumidores no sólo suprimiría estas cargas, sino que reconvertiría además la industria europea en todos los sectores, lo que conllevaría unas ganancias potenciales de 200.000 millones de ECUs(*) o más (a precio de 1988) y suscitaría la creación de millones de nuevos empleos".

Estas son las conclusiones de un informe independiente realizado por un equipo coordinado por Paolo Cecchini (marzo de 1988), basado en una investigación profunda que comprende, por una parte, los estudios llevados a cabo por un gran número de eminentes economistas y consultores y por otra parte, las respuestas al sondeo efectuado en once mil empresas de los 12 Estados miembros. El cálculo de las ventajas económicas tiene en cuenta no sólo los ahorros realizados gracias a la eliminación de las barreras que afectan directamente al comercio intracomunitario (principalmente las formalidades en las fronteras internas y los retrasos que ocasionan), sino también y sobre todo, los efectos de la eliminación de los obstáculos a la producción que entorpecen las actividades de los nuevos operadores en el mercado y, por lo tanto, el libre juego de la competencia.

A esto se añaden las potenciales economías de escala que son posibles en un gran Mercado Unico. En la hipótesis de una política macro-económica más activa, las ganancias podrían alcanzar hasta el 7 por cien en términos de PIB y generar la creación de 5 millones de nuevos empleos. Los precios al consumo podrían verse rebajados aproximadamente un 6 por cien.

(*) ECU: 132 Pesetas aprox.

¿Qué estrategia para 1992?

4

La presentación en su empresa

La consecución del mercado interno afectará a todas las empresas cualquiera que sea su tamaño (ver cuadro 1).

La eliminación de las fronteras y la posibilidad de ofrecer bienes y servicios a 320 millones de consumidores no son los únicos elementos en juego. La nueva legislación sobre normas, libertad de establecimiento, marcas y patentes, derecho de sociedades, documentación aduanera y transacciones fiscales, entre otras, tienen una importancia fundamental ya que permitirán a las empresas dinámicas ser más competitivas, incluso en su propio mercado.

Las reglamentaciones relativas a pequeñas y medianas empresas están en vías de simplificación y los gobiernos intentan darles las máximas oportunidades para competir de forma eficaz en un espacio económico europeo cada vez más abierto.

Nuevos servicios de ventas, marketing, relaciones públicas y publicidad saldrán a la luz o ampliarán sus actividades para ayudar a las empresas en el desarrollo de su dimensión europea. Estas deberán adaptarse a los nuevos sistemas y servicios y prepararse para un nuevo estilo de competencia a escala europea.

Una amplia reflexión será conveniente y aumentará las oportunidades de éxito. Los directivos deberían ser los inspiradores de este estudio y compartir su compromiso con la cita de 1992 en todas las áreas de la empresa.

Pero el compromiso nace de una convicción: ¿cómo convencer a sus directivos de que la Europa de 1992 no es un concepto abstracto, sino un movimiento en rápido crecimiento que, mes a mes, cobra mayor amplitud? Algunos de los elementos presentados en este folleto podrán ayudarles a ello. Cualquier documentación complementaria puede obtenerse en las Oficinas de la Comunidad y en los demás organismos enumerados en el capítulo 5.

Si después de leer este folleto, piensa Vd. organizar algún seminario o, de forma más sencilla, hacer de 1992 el eje de sus reflexiones, podrá por lo menos juzgar el grado de sensibilización de su empresa a este respecto. Algunas de las preguntas que pueden hacerle y algunos de los puntos que pueden ser planteados figuran en el cuadro 7. Si entonces su empresa desea perseguir el desarrollo de una estrategia europea con vistas a 1992, tiene Vd. varias opciones:

1. Recoger información en los centros mencionados en el capítulo 5 y distribuirla de forma regular a sus directivos.
2. Organizar reuniones con los responsables de las direcciones funcionales: planificación, marketing, exportación, recursos humanos/personal, financiera, producción, con el fin de poner en pie futuras acciones.

3. Establecer una red de información y de apoyo en relación con las prioridades de su empresa, tanto a nivel local y nacional, como a nivel de la Comunidad Europea.
4. Confiar a un miembro responsable de su empresa la tarea específica de evaluar las repercusiones del Libro Blanco en la estrategia de su empresa.

CUADRO 7: Aproximación general a 1992 para los directivos de la empresa

1. Distribuir este folleto o algunos de sus capítulos para ser leídos antes de una reunión.
2. Mantener una breve reunión informativa (aproximadamente dos horas) a nivel de los directivos/Consejo de Administración. (Ver cuadro 8, referente a los posibles temas a resaltar).
3. Si se considera que el objetivo 1992 lo justifica, confiar a un ejecutivo la responsabilidad del plan de actuación general y la valoración de las actividades o estrategia europea ya existente.
4. Después de establecer el plan de actuación de la empresa, organizar una nueva reunión que tienda a obtener un acuerdo en cuanto a la aproximación a 1992, bien sea en el ámbito de la estrategia europea de la empresa, bien como elemento de un plan de información o de sensibilización del personal.
5. Prever la creación de una auditoría objetivo 1992 nueva estrategia europea como parte integrante del proceso de dirección de la empresa.

Concepción y establecimiento de su "auditoría objetivo 1992"

Una vez obtenido el acuerdo de sus directivos, le será fácil establecer una "auditoría objetivo 1992". Las directrices, basadas en la experiencia adquirida por algunas empresas que ya han desarrollado una estrategia 1992, le permitirán iniciar su trabajo con un cierto impulso. La importancia de 1992 debe ser percibida por los directivos clave, que asumirán la responsabilidad de instaurar los cambios necesarios.

Deberán, entonces, estar apoyados e informados de forma regular. Se trata de una apuesta compleja y es fácil desanimarles si se les inunda con detalles superfluos o con generalidades indefinidas sobre el porvenir de Europa. Por ello, es necesario hacer hincapié sobre las diferentes medidas del Libro Blanco que, de forma específica, afectan a cada función de dirección.

Así, el Documento Unico Aduanero, que entró en vigor el 1 de enero de 1988 y que ha permitido la modificación radical de las obligaciones administrativas aplicables a los intercambios de bienes en la Comunidad Europea, es de máximo interés para los servicios de ventas y transportes por el ahorro que supone en tiempo y gastos.

Las medidas relativas a las normas industriales interesarán a los servicios de producción y marketing. Las probables modificaciones de la política de competencia comunitaria, cuyo objetivo es facilitar nuevas formas de cooperación transfronteriza entre las empresas, interesarán a la Dirección General y al servicio jurídico.

En muchos casos, la apertura de los mercados nacionales de servicios permitirá a las empresas de servicios proporcionar o exportar dichos servicios a los mercados de sus clientes, desde su sede nacional, sin pasar por el intermediario de filiales, agentes o representantes. Encontrará Vd. en el cuadro 8 algunas de las preguntas que le pueden ser formuladas por sus directivos. Los primeros pasos a seguir para el desarrollo de una auditoría 1992 en el seno de su empresa figuran en el cuadro 9.

Una de las etapas esenciales consiste en sensibilizar al personal de su empresa sobre la legitimidad del objetivo 1992. Los artículos insertados en la información periódica interna de la empresa podrán completarse con vídeos o seminarios internos de información. Los seminarios comerciales y los programas televisivos disponibles podrán, por otra parte, ser utilizados.

En su informe anual, algunas empresas ya consideran el escenario de 1992. Esta información es útil no sólo para los empleados sino también para los analistas, los accionistas y el público que se interesa por las actividades de la empresa.

Como los directivos tendrán también que referirse frecuentemente a 1992 en sus reuniones internas y en sus intervenciones públicas, es evidente que para desempeñar este papel, las personas afectadas deberán estar bien informadas. Deberán conocer las medidas del programa 1992 que afectan de forma más directa a su empresa y a sus actividades, así como demostrar cómo se saca partido a las oportunidades y se encajan los retos. Las preguntas que pueden ser planteadas sobre este tema figuran en el cuadro 10. El proceso de 1992 es un ejercicio a largo plazo que se deberá perseguir durante los cinco próximos años.

CUADRO 8: Preguntas que pueden ser planteadas en el transcurso de un seminario para ejecutivos

1. ¿Cuál será el impacto de 1992 en nuestra empresa?
¿Qué consecuencias tendría nuestra falta de reacción?
2. ¿Frente a qué nueva competencia? Pero también ¿qué nuevas oportunidades nos encontraremos? ¿Cuándo?
3. ¿Qué nuevas formas de tratar los negocios deberemos considerar? Joint-ventures, cesión de licencias, agencias import/export, búsqueda de capitales en diferentes países de la Comunidad, compra de servicios en otros países, contratación de personal que tenga conocimientos lingüísticos y culturales, compra o toma de participación en una empresa europea. ¿Desarrollaremos nuevas actividades productivas o las adquiriremos en el exterior?
4. ¿Cuáles son los ahorros que nuestra empresa puede esperar del mercado interior?
5. ¿Cuál será el coste de la puesta en marcha de la nueva estrategia/sensibilización/comunicación al personal? ¿Se recurrirá a consultores externos, o se gestionará en la empresa? ¿Qué recursos e inversiones financieras suplementarias serán necesarios para las actividades de información de la empresa?

CUADRO 9: Primeras etapas de una auditoría interna 1992

1. Conseguir el Libro Blanco 1985 de la Comisión y los documentos que tratan sobre él, tales como informes de evolución y análisis sectoriales.
2. Resaltar, de entre las 286 propuestas del Libro Blanco, las que parecen aplicarse a su empresa. Recientemente, tres grandes empresas europeas han seleccionado entre 140 y 190 propuestas que les afectan de forma directa (es evidente que el número será mucho menor para las PYME). Mientras algunas conllevarán costes o beneficios evidentes, otras serán más difíciles de evaluar. Estas propuestas podrían, sin embargo, ser aún más importantes como indicadores, permitiendo llevar a buen término la actividad preparatoria esencial en unos ámbitos tales como contratación, formación del personal, gestión financiera, adaptación a unas nuevas normas de fabricación.
3. Distribuir las propuestas entre los diversos departamentos o sectores de actividad afectados en la empresa.
4. Redactar una breve descripción (4 ó 5 líneas) de cada propuesta con una evaluación de su repercusión sobre el departamento. Airear estos elementos en los departamentos acompañándolos de una breve nota explicativa de 2 ó 3 hojas basada en elementos tales como los que se facilitan en este folleto (ver cuadro 12).
5. Organizar una reunión con los jefes de servicios y demás responsables para establecer la lista de los documentos que se les debe enviar. Se trata de reuniones clave ya que Vd. tendrá que convencer a cada responsable del impacto de 1992 en su propia función.
6. Afinar las propuestas y abordar los puntos clave con las organizaciones patronales, oficinas ministeriales competentes o las oficinas/direcciones de la Comisión.
7. Remitir las informaciones obtenidas de esta manera a los servicios de la empresa. Evaluar los costes, beneficios, implicaciones y acciones que conlleva cada propuesta. Verificar en qué nivel se encuentra el proceso legislativo europeo y su posible fecha de entrada en vigor.
8. Informar a la Dirección de la empresa de los progresos realizados y obtener su acuerdo para tomar medidas posteriores, siendo las diversas opciones las siguientes:

(a) Cerrar el expediente si se considera que el primer objetivo, la sensibilización de los ejecutivos a las implicaciones de 1992, ha sido alcanzado.

(b) Establecer una auditoría que servirá de documento de base para seguir la evolución del programa 1992. Este documento debería abordar:

- el proceso de toma de decisiones de la Comunidad Europea.
- las propuestas y sus implicaciones para determinados servicios de la empresa.

- las sugerencias en cuanto a la integración de la auditoría 1992 en el desarrollo de la estrategia europea de la empresa.

(c) Establecer un sistema de actualización y revisión periódica de los elementos disponibles.

CUADRO 10: Posibles preguntas en cuanto al establecimiento de una auditoría 1992

¿Cómo puede 1992 ejercer influencia sobre? :

- * Los medios de telecomunicaciones e informática
- * Los contratos de seguros y su financiación
- * La elección de la ubicación y de las responsabilidades de la sede
- * El lugar de centralización de la contabilidad
- * La forma en que la empresa controla y contribuye en el desarrollo de las normas
- * La localización de la investigación y del desarrollo
- * La producción, los transportes y el almacenamiento
- * El marketing
- * La contratación y la formación del personal

Este folleto es sólo un boceto de la forma en que 1992 podría ser percibido en el seno de su empresa. Deberá Vd. adaptarlo a sus condiciones de trabajo específicas. No existirán dos auditorías iguales pero, si se juzga por la experiencia de otras empresas, los puntos clave son los siguientes:

1. Explicar exactamente lo que representa 1992 para una empresa y su importancia en el contexto nacional y europeo. Con el fin de que el tema no sea apartado por considerarlo fuera de lugar, menor o fastidioso, se hará con el máximo cuidado y con toda la imaginación necesaria para transmitir la información subrayando su importancia para el futuro éxito de la empresa.
2. Demostrar que 1992 presenta unas oportunidades, pero también unos riesgos para los que no sepan aprovecharlas. Llamar la atención sobre el hecho de que, en sus mercados tradicionales, una mayor competencia se llevará a cabo por otras empresas comunitarias.
3. Confiar a un ejecutivo cercano al Consejo de Administración y a la Alta Dirección la responsabilidad del proyecto 1992. El o ella podrán delegar toda o parte de su tarea a los directivos de relaciones públicas, marketing, exportación o planificación. Pero la aproximación debe ser percibida como nueva, cubriendo el conjunto de la empresa y franqueando las fronteras tradicionales. Si se percibe el proyecto como el coto reservado de relaciones públicas o del departamento de planificación, por ejemplo, ya no tendrá el mismo carácter de innovación. 1992 tendrá una repercusión fundamental en los negocios europeos, pero este concepto no llegará a sus directivos y colaboradores por la vía de las técnicas tradicionales de relaciones públicas o de planificación.
4. Cuando la estrategia haya sido definida, actúe rápidamente. Es esencial mantener el impulso y conservar el entusiasmo inicial suscitados por el proyecto. Una propuesta de carta a dirigir a los jefes de Departamentos figura en el cuadro 11.
5. Organizar reuniones lo más frecuentemente posible, por ejemplo cada quince días, con los jefes de departamentos para conservar la iniciativa.

Al terminar estos trabajos, su responsable 1992 dispondrá de un voluminoso documento (ver cuadro 12) que servirá de punto de referencia y de lista de control para la auditoría 1992 de su empresa.

6. Cuando esta "guía" esté lista, asegúrese el acuerdo del Consejo de Administración o del Comité Ejecutivo, prueba oficial de su apoyo.

Como PYME, acaso Vd. no pueda echar mano de su personal para estudiar una estrategia global 1992. La utilización de la información facilitada en el capítulo 5 será aún más importante para Vd. Para reforzar su iniciativa, podrá Vd. conseguir los servicios de una oficina de consultores, trabajar con su organización patronal o participar en uno de los numerosos seminarios que sobre 1992 los organismos públicos o privados llevarán a cabo.

CUADRO 11: Ejemplo de carta, explicando la aproximación a 1992 de la empresa, destinada a los jefes de servicios

Su servicio y la Europa de 1992

La Comunidad Europea va a constituir a finales de 1992 un Mercado Único e integrado. Los bienes y servicios, los capitales y las personas circularán entonces libremente entre los Estados miembros. Por consiguiente, nuevas oportunidades comerciales surgirán para todas las empresas y también para la nuestra. El tratamiento de los negocios en Europa cambiará de forma significativa tal como Vd. podrá constatar al leer el documento adjunto (adjuntar este folleto o cualquier otro documento comparable).

Todos los servicios de nuestra empresa se verán probablemente afectados al menos por algunas de las 286 propuestas del Libro Blanco de la Comisión. Encontrará adjunto las que pensamos que interesan a su servicio. Tenga Vd. a bien leerlas minuciosamente, evaluando su importancia, y, si es posible, estudie después con sus compañeros los costes, beneficios y cambios potenciales que conllevarían los procesos necesarios para su aplicación.

El Sr. X que depende directamente de mí para este estudio, le dará una cita en el transcurso de la próxima quincena. Le agradecería que, después de haber estudiado estos temas con él, establecieran en común un informe revisado. El conjunto de los informes procedentes de los diversos servicios será revisado por un grupo de trabajo antes de la reunión en la que participarán todos los jefes de servicio con el fin de establecer un informe global, que será presentado en un plazo de dos meses al Comité de Dirección.

Estoy a su entera disposición para contestar a sus preguntas o hacerle llegar cualquier documentación complementaria que pudiera necesitar.

CUADRO 12: Ejemplo de estudio de las propuestas del Libro Blanco

Se cogen una por una las 286 propuestas, eliminando las que no afectan a la empresa. Las propuestas seleccionadas deben ser evaluadas en cuanto a sus implicaciones, costes y economías para la empresa y en función de sus repercusiones para cada división o servicio. El objetivo es llegar a una evaluación global de las consecuencias de la aplicación del Libro Blanco para la empresa.

Ejemplo 1			
Area	Doc. n°	Fecha de propuesta de la comisión	Fecha prevista de adopción por el Consejo
Propuesta de directiva relativa a la protección de los programas informáticos		1987	1989

Comentarios de la Empresa:

Esta propuesta es importante en el área de la informática, ya que una mayor protección asegurará menos fraude, robo y piratería de los programas.

Ejemplo 2			
Area	Doc. n°	Fecha de propuesta de la comisión	Fecha prevista de adopción por el Consejo
Transporte marítimo	COM (85) 90	1985	1986

Comentarios de la empresa:

Esta propuesta sobre transporte marítimo ha sido parcialmente adoptada el 22 de diciembre de 1986. Sigue ante el Consejo y requiere el voto por mayoría.

Intenta asegurar una competencia más sana tanto en el interior como en el exterior de la Comunidad Europea.

La Comisión desea instaurar una nueva política marítima comunitaria. Esta tendrá ventajas para nuestra empresa si conduce a una competencia más amplia y a unas tarifas de fletes más baratas. Aunque sea imposible cuantificarlo, puede decirse que si el factor flete entra en un X% en el cálculo de nuestras exportaciones, un ahorro del 10 por cien sobre las tasas de flete podría significar un ahorro global de un Y%.

Ejemplo 3			
	Doc. nº	Fecha de propuesta de la comisión	Fecha prevista de adopción por el Consejo
<p>Conclusión de los trabajos tendiendo a la eliminación completa de los controles y formalidades existentes para la importación de mercancías entre países miembros:</p> <p>- Armonización estadística</p>		1987	1990
<p>-Eliminación de todas las medidas de protección nacionales y de las cuotas regionales en relación a la política comercial de la Comunidad Europea</p>		1989	1989
<p>-Aproximación fiscal en lo que se refiere al IVA y a los impuestos indirectos</p>		1987-89	1988-90

Comentarios de la empresa:

Cuando la eliminación de todos los controles fronterizos se haga efectiva, la Comisión deberá reforzar sus controles en las fronteras externas de la Comunidad, así como aumentar la cooperación entre las autoridades nacionales afectadas. El "paquete fiscal" ha sido presentado por la Comisión al Consejo en agosto de 1987.

Contactos con la Europa Comunitaria

5

En los capítulos anteriores se han dado algunas ideas que le ayudarán a desarrollar en su empresa una "auditoría objetivo 1992". La culminación del mercado interior es un proceso irreversible: 1992 está muy cerca. Durante los cinco años próximos, las empresas verán evolucionar sus oportunidades rápidamente. La dirección y el personal de la empresa deben estar sensibilizados a estos cambios. 1992 es una oportunidad que no hay que dejar escapar: las empresas que hayan actuado hoy serán las vencedoras de mañana.

En el marco del desarrollo de una "auditoría objetivo 1992", su empresa tendrá que ponerse en contacto con instituciones nacionales y comunitarias.

Aunque el desarrollo de una "auditoría objetivo 1992" implica el tener en cuenta la legislación comunitaria, los distintos organismos de la administración española afectados están en condiciones de dar consejo y apoyo. Estos, así como las cámaras de comercio y organizaciones patronales serán probablemente el primer puerto de escala. Allí querrán conocer los puntos que le interesan así como sus preocupaciones, con el fin de elaborar, lo mejor posible, una estrategia común para su sector industrial. Podrán también ayudarle a organizar su "auditoría 1992", facilitándole comentarios sobre las 286 propuestas del Libro Blanco.

CUADRO 13: Contactos en la Comunidad Europea

1. Comisión Europea en Bruselas o su oficina en España.
2. El Parlamento Europeo y sus diputados españoles.
3. El Comité Económico y Social.
4. Las Confederaciones europeas de la Industria.
5. La Representación Permanente de España ante la CEE.
6. El servicio comercial de las embajadas españolas en los Estados miembros.
7. Los Ministerios.
8. Las Cámaras de Comercio e Industria.
9. Las Organizaciones Empresariales.

Las Instituciones de la Comunidad prestan plena atención al mundo de los negocios. Por eso es necesario tener ciertos conocimientos sobre el proceso de decisiones de la Comunidad Europea y de sus puntos neurálgicos.

Infórmese sobre las Direcciones Generales de la Comisión Europea encargadas de los temas que interesan de forma más específica a su empresa (por ejemplo: derecho de competencia, mercados públicos, sector servicios, legislación bancaria, telecomunicaciones, préstamos y subvenciones).

En Madrid, la Oficina en España de la Comisión Europea es el punto de partida lógico de los contactos a iniciar. Después, será provechoso para su empresa mantener contactos regulares con los servicios de la Comisión, bien de forma directa, bien por mediación de la organización patronal de la que es Vd. miembro. Podrán también darle explicaciones sobre las posibles repercusiones de 1992 en su empresa y el cuadro 14 le da las funciones clave de cada una de las instituciones comunitarias.

Por otra parte los Centros Euro-Info (Euroventanillas) han sido igualmente abiertos en algunas ciudades de España para ayudar a las PYMES a adaptarse al nuevo contexto europeo.

CUADRO 14: Los "actores" institucionales de la Comunidad Europea en el ámbito legislativo

La Comisión Europea:

Poder de iniciativa y de ejecución

Compuesta de 17 miembros

Presidente: Sr. Jacques Delors

Principales tareas:

- * Elabora "proyectos de ley" europeos después de consultar con las partes interesadas en el seno de la Comunidad Europea.
- * Aplica las políticas comunitarias tomadas en base a las decisiones del Consejo o a las disposiciones del Tratado.
- * Asegura el respeto de las reglas comunitarias y de los principios del Mercado Común.

El Consejo de Ministros

Poder de decisión

Compuesto por los ministros de los Estados miembros

Presidencia designada por turno de cada uno de los países miembros de la Comunidad Europea por un período de seis meses.

Papel:

- * Define la política de la Comunidad Europea en todos los ámbitos; resuelve por unanimidad o por mayoría (cuyo uso está aumentado por el Acta Unica Europea) las propuestas de la Comisión.

El Parlamento Europeo:

Asociado a la legislación relativa al mercado interior gracias al nuevo procedimiento de cooperación.

Presidente: Lord Plumb

Papel:

- * Consultivo y de control.
- * Da su punto de vista sobre las propuestas legislativas europeas.
- * Propone enmiendas.

Desde la entrada en vigor del Acta Unica, puede modificar, con ciertas condiciones, las propuestas de la Comisión al Consejo de Ministros y, así, influir de forma más amplia en el contenido de la legislación europea.

El Tribunal de Justicia

Compuesto por 13 jueces y 6 abogados generales

* Asegura el respeto del derecho comunitario.

El Comité Económico y Social:

Compuesto por representantes de los empresarios, de los sindicatos y de las asociaciones de consumidores.

Papel:

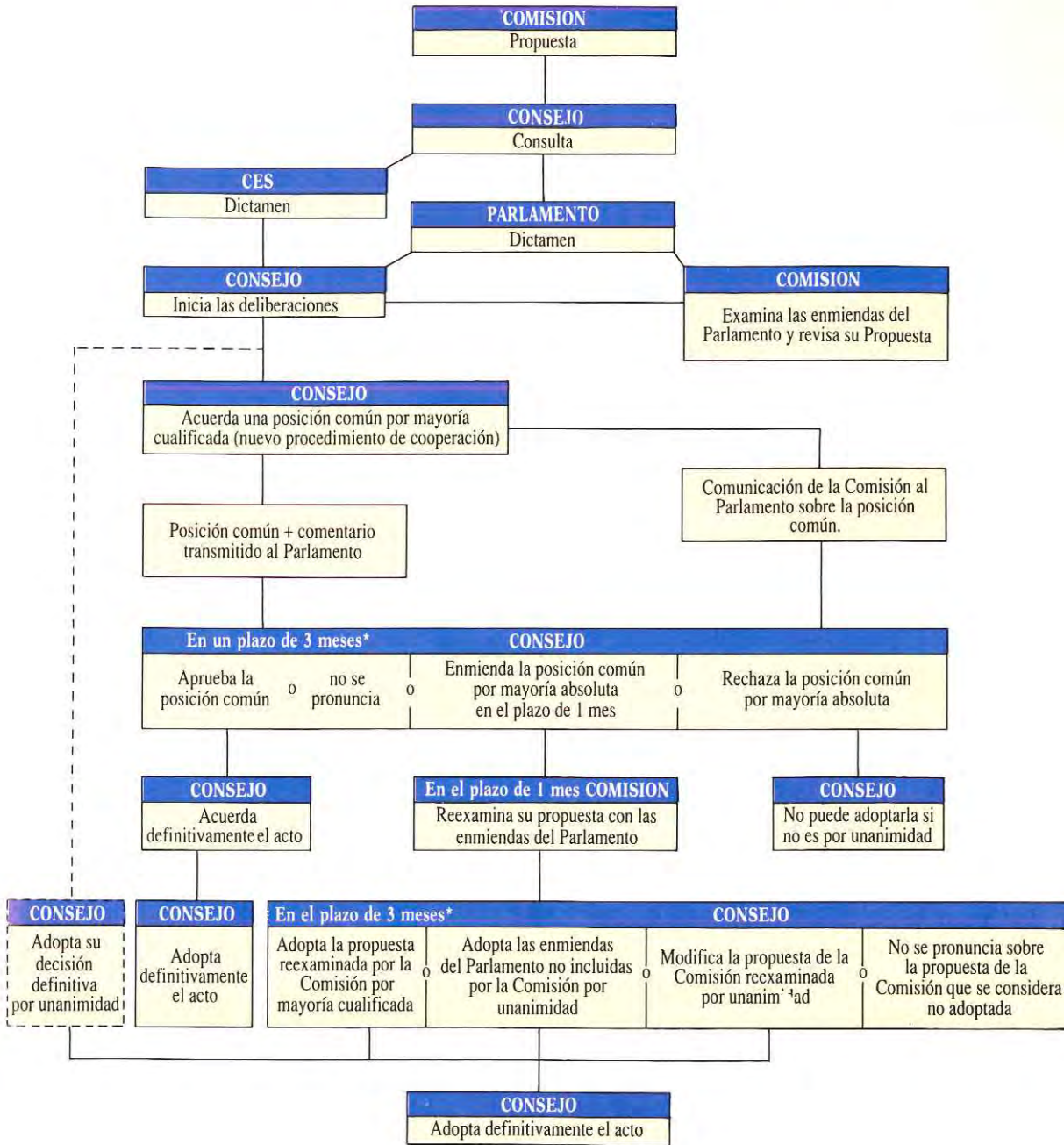
* Consultivo.

* Emite avisos sobre las propuestas de la Comisión.

* Publica regularmente informes.

Por su composición y su misión, el CES ejerce una influencia importante sobre el proceso de toma de decisiones comunitario. A lo largo de este proceso de toma de decisiones, complejo pero claro, las partes interesadas tienen la posibilidad de expresar su opinión. Para más detalles ver el cuadro en la siguiente página.

Proceso de toma de decisiones en la Comunidad Europea



La legislación entra en vigor

*Este período puede prolongarse de común acuerdo entre el Consejo y el Parlamento por un mes como máximo.

Fuentes de Información

En los capítulos anteriores se ofrecen algunas ideas, basadas en experiencias, para ayudarle a desarrollar el crecimiento de su empresa ante el Mercado Único.

La cita clave es la de 1992, ya que el mercado interno es un proceso irreversible que tiene que llegar. Las empresas dispondrán de mercados y oportunidades si cambian rápidamente durante los próximos cuatro años. Es necesario hacer un esfuerzo para sensibilizar a todos los niveles de la empresa, tanto trabajadores como directivos, sobre esos cambios. 1992 representa una oportunidad: empresas que saldrán vencedoras serán las que actúen desde ahora. Con una buena información y espíritu de superación.

6

I. FUENTES DE INFORMACION DE LAS INSTITUCIONES COMUNITARIAS.

Las empresas disponen de diversas fuentes de información sobre temas comunitarios, tanto en las propias instituciones de la Comunidad como en otros centros u organismos públicos o privados, relacionados directa o indirectamente con la Comunidad Europea.

A) En España

- * Oficina de la Comisión de las Comunidades Europeas
- * Euroventanillas
- * BC - NET
- * Centros de Documentación Europea (CDE)
- * Oficina en España del Banco Europeo de Inversiones
- * Oficina del Parlamento Europeo

B) En Bruselas, Luxemburgo y otras capitales europeas

- * Comisión de la C.E.
- * Direcciones Generales de la Comisión, de especial interés para las empresas
- * El Banco Europeo de Inversiones (B.E.I)
- * Comité Económico y Social
- * Otras instituciones
- * Oficinas de la Comisión en los Países miembros

C) Oficinas de la Comisión en terceros países

II. INFORMACION SOBRE OTROS TEMAS DE INTERES PARA LAS EMPRESAS

A) Ayudas y Préstamos:

- FEDER
- FSE
- FEOGA

B) Programas de Investigación y Desarrollo

C) Venta y Suscripción a las publicaciones europeas

III. OTRAS FUENTES ESPAÑOLAS DE INFORMACION

A) Ministerios

- Ministerio de Asuntos Exteriores
Secretaría de Estado para las Comunidades Europeas
- Ministerio de Economía y Hacienda
- Ministerio de Industria y Energía
- Ministerio de Agricultura
- Ministerio de Trabajo y Seguridad Social
- Ministerio de Obras Públicas y Urbanismo
- Ministerio de Transportes, Turismo y Comunicaciones
- Ministerio de Sanidad y Consumo
- Ministerio de Educación y Ciencia

B) Embajada Española ante las Comunidades Europeas

C) Organizaciones Empresariales

- C.E.O.E
- CEPYME
- Fomento del Trabajo Nacional
- CONFEBASK
- CEA
- CEV
- PIMEC

D) Cámaras de Comercio

E) Otras Organizaciones

- AENOR

I. FUENTES DE INFORMACION DE LAS INSTITUCIONES COMUNITARIAS

A) En España

Oficina de la Comisión Europea

Serrano, 41- 5º D.
28001 MADRID
Tf. (91) 435 17 00
Télex. 468 18 OIPE-E
Fax. (91) 276 03 87
577 29 23

Euroventanillas. Centros de Información Empresariales.

Las Euroventanillas son oficinas de información destinadas a ayudar a las PYMES en particular.

Cada una de las Euroventanillas ejercen una función de información comunitaria: legislación, ayuda, préstamos, programa de investigación , mercado interior, mercado de países terceros, etc...

En una primera fase piloto se abrieron con carácter experimental, 39 centros en toda Europa. En la fase actual se va a proceder a una considerable ampliación de ese número. La instalación y operatividad de los Centros Europeos de Información se hace de acuerdo con entidades que merecen la confianza de los empresarios: asociaciones socioprofesionales, Institutos de Desarrollo Regional, Cámaras de Comercio, etc...

En España han estado funcionando en los últimos años 5 Euroventanillas:

CIDEM
Avda. Diagonal, 403 - 1
08008 - BARCELONA
Tf. (93) 217 20 08

**CAMARA OFICIAL DE
COMERCIO,
INDUSTRIA Y NAVEGACION DE
BILBAO**

Alameda de Recalde, 50
48008 - BILBAO (Vizcaya)
Tf. (94) 444 40 54

**CONFEDERACION ESPAÑOLA
DE
ORGANIZACIONES
EMPRESARIALES**

Diego de León, 50
28006 - MADRID
Tf. (91) 411 64 13

IMPI-INFE

Paseo de la Castellana, 141 - 2ªA
28046 - MADRID
Tf. (91) 571 54 04 / 571 46 40
450 84 48 (Ext. 44)

**CONFEDERACION DE
EMPRESARIOS DE ANDALUCIA**

Avda. San Francisco Javier, s/n
Edificio Sevilla 2-9ª planta
41005 - SEVILLA
Tf. (954) 64 20 13

Recientemente han sido aprobadas 20 Euroventanillas más, que irán entrando en funcionamiento progresivamente:

**CONFEDERACION REGIONAL
DE EMPRESARIOS DE
CASTILLA-LA MANCHA**

Rosario, 29
02001 - ALBACETE
Tf. (976) 21 73 00

**BANCO DE CREDITO
INDUSTRIAL**

Manila, 56
08034 - BARCELONA
Tf. (93) 204 13 66

**CAMARA OFICIAL DE
COMERCIO, INDUSTRIA Y
NAVEGACION**

Avda. Diagonal, 454
08006 - BARCELONA
Tf. (93) 219 13 00

SODIEX

Dr. Marañón, 2
10002 - CACERES
Tf. (927) 22 48 78

**ASOCIACION DE LA
INDUSTRIA NAVARRA**

Cordovilla (Navarra)
Tf. (948) 10 11 01

**CONSEJERIA DE ECONOMIA
Y COMERCIO**

Avda. Juan XXIII, 2
35004 - LAS PALMAS DE GRAN
CANARIA
Tf. (928) 23 11 44

**FEDERACION DE
EMPRESARIOS DE LA RIOJA**

Hnos. Horey, 8
Pasaje de los Leones
26001 - LOGROÑO
Tf. (941) 25 70 22

**CAMARA DE COMERCIO E
INDUSTRIA DE TOLEDO**

Pza. San Vicente, 3
45001 - TOLEDO
Tf. (925) 22 38 17

**CAMARA OFICIAL DE
INDUSTRIA Y NAVEGACION**

Poeta Querol, 15
46002 - VALENCIA
Tf. (96) 351 13 01

SODICAL

Doctrinos, 6
47001 - VALLADOLID
Tf. (983) 34 38 11

**CAMARA DE COMERCIO E
INDUSTRIA DE MADRID**

Huertas, 13
28012 - MADRID
Tf. (91) 429 31 93

IMADE

García de Paredes, 92
28010 - MADRID
Tf. (91) 410 20 63

**INSTITUTO DE FOMENTO DE
LA REGION DE MURCIA**

Pza. Santa Isabel, 12
30004 - MURCIA
Tf. (968) 21 90 73

**INSTITUTO DE FOMENTO
REGIONAL DEL PRINCIPADO
DE ASTURIAS**

Cervantes, 27
33004 - OVIEDO
Tf. (985) 25 21 01

**CONSORCI CENTRE DE
DOCUMENTACIO EUROPEA
DE LES ILLES BALEARS**

Carrer Patronat Obrer, 30
07006 - PALMA DE MALLORCA
Tf. (971) 72 12 40

**CENTRO DE ESTUDIOS
EUROPEOS (CONFEBASK)**

Aguirre Miramón, 2
20002 - SAN SEBASTIAN
Tf. (943) 329 18 77

**CONFEDERACION DE
EMPRESARIOS DE GALICIA**

Rosalía de Castro, 87
15706 - SANTIAGO DE
COMPOSTELA
Tf. (981) 59 76 50

**CONFEDERACION REGIONAL
DE EMPRESARIOS DE
ARAGON**

Pza. de Roma F1, Planta 1ª
50010 - ZARAGOZA
Tf. (976) 32 58 99

**GRUPO BANCO POPULAR
ESPAÑOL**

Rambla Méndez Núñez, 12
03002 - ALICANTE
Tf. (965) 20 74 00

PROYECTO EUROPA, S.A.

Pza. de la Constitución, 9
29008 MALAGA

El Business Cooperation Network (BC-NET)

El BC-NET es una red informatizada para la cooperación entre empresas, a través de la cual se relacionan los consejeros o directores generales de las empresas (aproximadamente 250 durante la fase piloto), ubicados en todos los Estados Miembros. Permite la identificación rápida de posibles socios en otras regiones o en otros países de la Comunidad Europea en contestación a unas ofertas específicas de cooperación. Este sistema, que debería ser plenamente operativo en este año 1.989, aumentará la apertura de los mercados y mejorará la competitividad de las PYMES.

En un lapso de dos años, más de 100 acuerdos entre empresas han sido concluidos (contratos comerciales y tecnológicos, joint-ventures y licencias). Para más información, contactar con la Dirección General XXIII para las PYMES.

Las empresas pueden obtener de ellas informaciones y consejos para cualquier problema relativo al mercado interior.

Sus direcciones son:

ALMERIA

AMB CONSULTORES
AUDITORES
Rafael Alberti, 1 - entr.
04004 - ALMERIA
Tf. (951) 26 43 44

BARCELONA

CEAM
José Anselmo Clavé, 2
08002 - BARCELONA
Tf. (93) 318 80 58

CDS-TECNOGESTION, S.A.

Tuset, 5 - 11, planta 3
08006 - BARCELONA
Tf. (93) 201 71 33

CAMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACION DE BARCELONA

Avda. Diagonal, 452-454
08006 - BARCELONA
Tf. (93) 219 13 00

LAFORA Y COMAS

Avda. Diagonal, 405
08008 - BARCELONA
Tf. (93) 217 20 08

CIDEM

Avda. Diagonal, 403
08008 - BARCELONA
Tf. (93) 217 20 08

FUNDACION BCD

Paseo de Gracia, 90
08008 - BARCELONA
Tf. (93) 215 87 50

PRICE WATERHOUSE

Torre Catalunya
Avinguda de Roma, 2-4
08014 - BARCELONA
Tf. (93) 325 41 03

ESCUELA SUPERIOR DE
ADMINISTRACION Y
DIRECCION DE EMPRESAS
Avda. de Pedralbes, 60-62
08034 - BARCELONA
Tf. (93) 203 78 00

ENERBUS
Pare Huix, 1
08500 - VIC (Barcelona)
Tf. (93) 885 57 50

CAMARA OFICIAL DE
COMERCIO E INDUSTRIA
DE SABADELL
Alfonso XIII, 45
08202 - SABADELL (Barcelona)
Tf. (93) 725 49 11

BILBAO
CAMARA DE COMERCIO,
INDUSTRIA Y
NAVEGACION DE BILBAO
Alameda de Recalde, 50
48008 - BILBAO
Tf. (94) 444 40 54

BIZKAIKO FORU ALDUNDIA
Obispo Orueta, 6
48009 - BILBAO
Tf. (94) 423 39 89

AVIC (ASOCIACION VASCA DE
EMPRESAS DE INGENIERIA)
Alameda Mazarredo, 43 Bajo Centro
48009 - BILBAO
Tf. (94) 424 66 55

SOFAD, S.A.
Rodriguez Arias, 23
48011 - BILBAO
Tf. (94) 443 60 50

CORDOBA
CREDIVAL, S.G.R.
Avda. Gran Capitán, 17
14008 - CORDOBA
Tf. (957) 47 48 36

**LAS PALMAS DE GRAN
CANARIA**
EDEI CONSULTORES, S.A.
Fundación Insides-Caja Canarias

LEON
CAMARA OFICIAL DE
COMERCIO E INDUSTRIA DE
LEON
Fajeros, 1
24002 - LEON
Tf. (987) 22 44 00

LUGO
CONSEJO DE CAMARAS
GALLEGAS DE COMERCIO,
INDUSTRIA Y NAVEGACION
Avda. de Ramón Ferreiro, 18
27002 - LUGO
Tf. (982) 22 43 11 / 50 07

MADRID
BANCO POPULAR ESPAÑOL
Velazquez, 34
28001 - MADRID
Tf. (91) 431 90 10

CONSEJO SUPERIOR DE
CAMARAS OFICIALES
COMERCIO DE ESPAÑA
Claudio Coello, 19
28001 - MADRID
Tf. (91) 275 23 06 /07

CAMARA OFICIAL DE
COMERCIO E INDUSTRIA
DE MADRID
Pl. de la Independencia, 1
28001 - MADRID
Tf. (91) 422 31 93

ESPACONTROL DELOITTE,
HASKINS AND SELLS
Edificio Germania
Guzmán El Bueno, 133 - 5
28003 - MADRID
Tf. (91) 253 49 09

IMADE (INSTITUTO
MADRILEÑO DE DESARROLLO)
García de Paredes, 92
28010 - MADRID
Tf. (91) 410 20 63

GESINCA, S.A.
Virgen de los Peligros, 3
28013 - MADRID
Tf. (91) 521 92 26

CONFEDERACION ESPAÑOLA
DE ORGANIZACIONES
EMPRESARIALES (CEOE)
Diego de León, 50
28006 - MADRID
Tf. (91) 563 96 42

BANCO DE VIZCAYA
(Depto. Desarrollo de Negocios-
Empresas)
Alcalá, 45 - 5ª planta
28014 - MADRID

BANCO INDUSTRIAL DE
BILBAO
Paseo de la Castellana, 81
28046 - MADRID
Tf. (91) 582 66 18

COGESTION
Avda. Concha Espina, 5 - 6D
28016 - MADRID
Tf. (91) 458 22 11

PROYECTO EUROPA, S.A.
Paseo de la Castellana, 173
28046 - MADRID
Tf. (91) 671 03 92

ESTRATEGIAS DE EMPRESA,
S.A.
Paseo de la Castellana, 28 - 1º
28016 - MADRID
Tf. (91) 577 18 71 /2/3/4

BANCO SANTANDER
Paseo de la Castellana, 75
28046 - MADRID
Tf. (91) 581 33 10

OVIEDO
INSTITUTO DE FOMENTO
REGIONAL
CDCIN DE OVIEDO
Cervantes, 27
33004 - OVIEDO
Tf. (985) 27 00 65

GIJON
ASESORIA ASTURIAS
Dr. Aquilino Hurle, 45
33203 - GIJON
Tf. (985) 33 74 63

PALMA DE MALLORCA
CONSORCIO CENTRO DE
DOCUMENTACION EUROPEA
Carrer Patronat Obrer, 30
07006 - PALMA DE MALLORCA
Tf. (971) 46 10 02

PAMPLONA

ASESORIA INDUSTRIAL

Francisco Bergamín, 2-3

31002 - PAMPLONA

Tf. (948) 22 89 63

ASOCIACION DE LA INDUSTRIA
NAVARRA

Cordovilla (Navarra)

Tf. (948) 10 11 01

SANTANDER

CAMARA DE COMERCIO,

INDUSTRIA Y

NAVEGACION DE SANTANDER

Pza. de Velarde, 5

39001 - SANTANDER

Tf. (942) 21 28 00

SEVILLA

CONFEDERACION DE

EMPRESARIOS DE ANDALUCIA

Avda. San Francisco Javier, s/n

Edificio Sevilla, 2 - 9ª Planta

41005 - SEVILLA

Tf. (954) 64 20 13

TARRAGONA

GABINET SEGARRA ROCA

Avda. Ramón y Cajal, 65

43005 - TARRAGONA

Tf. (977) 22 02 93

VALENCIA

INSTITUTO DE LA MEDIANA Y

PEQUEÑA INDUSTRIA

VALENCIANA

Pza. del Ayuntamiento, 6

46002 - VALENCIA

Tf. (96) 351 01 00

CAMARA OFICIAL DE

COMERCIO, INDUSTRIA Y

NAVEGACION DE VALENCIA

Poeta Querol, 15

46002 - VALENCIA

Tf. (96) 351 13 01

GENERALITAT VALENCIANA

Isabel La Católica, 8

46071 - VALENCIA

Tf. (96) 352 61 77

ZARAGOZA

DIPUTACION GENERAL DE

ARAGON

DEPTO. DE INDUSTRIA,

COMERCIO Y TURISMO

Angel de la Guarda, 7

ZARAGOZA

Tf. (974) 21 27 46

Los Centros de Documentación Europea (CDE)

Si no le es posible contactar directamente con las oficinas de la Comisión, puede Vd. consultar los principales documentos oficiales de las Comunidades Europeas en los CDE existentes en España. Estos CDE, cuyo estatuto está fijado por la Comunidad Europea en Bruselas, están por regla general ubicados en Centros Universitarios

Las direcciones de los CDE en España están disponibles en las oficinas de Prensa e Información de la Comisión en Madrid.

ALICANTE

CAMARA DE COMERCIO,
INDUSTRIA Y NAVEGACION
Calle San Fernando, 4
03003 - ALICANTE
Tf. (965) 20 11 33. Ext 47
Fax. (965) 520 14 57

BADAJOS

CAMARA DE COMERCIO
Avenida de Europa, 4
06004 - BADAJOZ
Tf. (924) 24 13 01

BARCELONA

ESCUELA SUPERIOR DE
ADMINISTRACION DE
EMPRESAS
(ESADE)
Marqués de Mulhacén, 40 y 42
08034 - BARCELONA
Tf. (93) 203 78 00
Télex. 98286-ESAD-E
Fax. (93) 204 81 05

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE
BARCELONA
Facultad de Ciencias Económicas
08193 - BELLATERRA (Barcelona)
Tf. (93) 692 80 04 / 581 16 81

BILBAO

UNIVERSIDAD DEL PAIS VASCO
Facultad de Ciencias Económicas
Avda. del Ejército, 87
48015 - BILBAO
Tf. (94) 447 35 62
Fax. (94) 447 35 66

INSTITUTO DE ESTUDIOS EUROPEOS

Universidad de Deusto
Avda. de las Universidades, s/n
Apartado de Correos, 1
48080 - BILBAO
Tf. (94) 445 31 00 / 50 - Ext. 316

GRANADA

PALACIO DE LOS CONDES DE
GABIA
Pza. de los Girones, 1
18001 - GRANADA
Tf. (958) 26 13 12 - Ext. 557
Fax. (958) 22 40 80

MADRID

UNIVERSIDAD DE ALCALA DE
HENARES
Colegio de San Pedro y San Pablo
Pza. de San Diego, s/n
28801 - ALCALA DE HENARES
(Madrid)
Tf. (91) 889 04 00 - Ext. 3037
Fax. (91) 889 06 67

UNIVERSIDAD AUTONOMA
Facultad de Ciencias Económicas
CANTOBLANCO
28049 - MADRID
Tf. (91) 397 44 37

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE
Instituto de Estudios Europeos
Facultad de Derecho
Planta Baja
Ciudad Universitaria
28040 - MADRID
Tf. (91) 243 72 01

**CENTRO DE ESTUDIOS Y
DOCUMENTACION EUROPEA
(CEYDE)**
Universidad Politécnica
Avda. Ramiro de Maeztu, s/n - 3ª
Planta
Edificio Rectorado
28040 - MADRID
Tf. (91) 254 50 00
Fax (91) 234 54 68

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE
EDUCACION A DISTANCIA
(UNED)**
Alcalá, 18 -2
28014 - MADRID
Tf. (91) 532 59 44 / 532 49 06
Fax. (91) 449 65 50

MURCIA
UNIVERSIDAD DE MURCIA
Santo Cristo, 1
30001 - MURCIA
Tf. (968) 24 92 00 - Ext. 200
Fax. (968) 24 66 38

OVIEDO
**CENTRO DE DOCUMENTACION
EUROPEA**
Gil de Jaz, 10 -4
33004 - OVIEDO
Tf. (985) 23 65 84
Fax. (985) 22 71 26

PALMA DE MALLORCA
**CENTRO DE DOCUMENTACION
EUROPEA**
Patronato Obrero, 30
07006 - PALMA DE MALLORCA
Tf. (971) 46 10 02

PAMPLONA
UNIVERSIDAD DE NAVARRA
Edificio de Arquitectura
Campus Universitario
31080 - PAMPLONA
Tf. (948) 25 27 00 - Ext. 714
Télex 37917 UNAV-E
Fax. (948) 17 36 51

SALAMANCA
**UNIVERSIDAD DE
SALAMANCA**
**CENTRO DE DOCUMENTACION
EUROPEA**
Consuelo, s/n
Torre del Clavero
Apartado, 728
37001 - SALAMANCA
Tf. (923) 21 93 06 - Ext. 228

SAN SEBASTIAN
**FUNDACION CENTRO DE
ESTUDIOS EUROPEOS**
Aguirre Miramón, 2 -5
Apartado, 49
20001 - SAN SEBASTIAN
Tf. (943) 29 18 77 / 67
Fax. (943) 29 31 05

SANTANDER

UNIVERSIDAD DE CANTABRIA
CENTRO DE DOCUMENTACION
EUROPEA

Avda. de los Castros, s/n
39005 - SANTANDER
Tf. (942) 27 47 27 / 20 16 19

SANTIAGO DE COMPOSTELA

UNIVERSIDAD DE SANTIAGO
Facultad de Económicas y

Empresariales
Juan XXIII, s/n
SANTIAGO DE COMPOSTELA
Tf. (981) 56 39 90
Fax. (981) 56 25 69

SEVILLA

UNIVERSIDAD DE SEVILLA
San Fernando, 4

41004 - SEVILLA
Tf. (954) 21 34 30
Télex 72161
Fax. (954) 22 53 82

TENERIFE

UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA
Facultad de Derecho

Departamento Derecho Internacional
LA LAGUNA (Tenerife)
Tf. (922) 26 10 98

TOLEDO

CAMARA DE COMERCIO E
INDUSTRIA

Pza. de San Vicente, 3
45001 - TOLEDO

VALENCIA

UNIVERSIDAD DE VALENCIA

Facultad de Económicas
Avda. Blasco Ibañez, 30

46010 - VALENCIA
Tf. (96) 386 44 00
Fax. (96) 360 08 60

VALLADOLID

UNIVERSIDAD DE
VALLADOLID

Facultad de Derecho,
Pza. de la Universidad, s/n
47002 - VALLADOLID
Tf. (983) 30 87 50

ZARAGOZA

UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA

Facultad de Derecho
50009 - ZARAGOZA
Tf. (976) 45 04 06

Oficina del Banco Europeo de Inversiones (BEI)

Calle José Ortega y Gasset, 29, 5º.
E-28006 MADRID
Tf. (91) 431 13 40
Télex. 44670 BNKEU E
Fax. (91) 431 13 83

Para más información:

**BANCO DE CREDITO
INDUSTRIAL (BCI)**
Préstamos para PYMES, energía y
medio ambiente
Carrera de San Jerónimo, 40
280014 MADRID
Tf. (91) 429 60 68
Télex. 27586
Fax. (91) 429 90 45

**BANCO DE CREDITO
AGRICOLA (BCA)**
Agricultura y Agroindustria
Gran Vía, 19
28013 MADRID
Tf. (91) 531 70 00
Télex. 44154 BCA
Fax. (91) 521 65 84

BANCO DE CREDITO LOCAL
Préstamos para infraestructuras
Paseo del Prado, 4
28014 MADRID
Tf. (91) 521 28 40
Télex. 48179
Fax. (91) 532 23 34

**BANCO HIPOTECARIO DE
ESPAÑA**
Hostelería y Turismo
Paseo de Recoletos, 10
28001 MADRID
Tf. (91) 276 32 00
Fax. (91) 435 30 29

Oficina del Parlamento Europeo

Para cualquier información sobre los trabajos del Parlamento y de las Comisiones que se encargan principalmente de la culminación del Mercado Unico, hay que dirigirse a:

Parlamento Europeo . Oficina en España.
Fernanflor, 4, 7º planta
28011 - MADRID
Tf. (91) 429 33 52
Télex 42641 PAREU E
Fax. (91) 429 83 49

B) En Bruselas, Luxemburgo y otras capitales europeas

Comisión de las Comunidades Europeas

Rue de la Loi, 200
B-1049 BRUSELAS
Tf. 07-322-2351111
Télex. 21877 (COMEU B)

Direcciones Generales de la Comisión de especial interés para las empresas

La Comisión Europea está dividida en 25 Direcciones Generales (D.G.) y otros servicios, ellos mismos subdivididos en diferentes Direcciones, cada una responsable de un área específica de la Política Comunitaria. Las principales D.G. competentes en el área de los negocios son:

Dirección General III

Mercado Interior y asuntos industriales

- A. Economía industrial, mercado de servicios, países terceros, materias primas.
- B.C. Mercado interior y asuntos industriales
- D. Aproximación de legislaciones: libertad de establecimiento, libre circulación
- E. Acero
- F. Mercados públicos.

Dirección General IV

Competencia

- A. Política general de la competencia y coordinación
- B.C.D. Acuerdos, abusos de posición dominante y otras distorsiones de la competencia.
- E. Ayudas del Estado.

Dirección General VI

Agricultura

- B II Calidad y salud.

Dirección General VII

Transportes

- A. Transporte marítimo, economía de los transportes, legislación, turismo.
- B. Transportes internos, análisis de los mercados, seguridad en los transportes, investigación y tecnología.
- C. Transportes aéreos, infraestructura de los transportes, aspectos sociales y ecológicos de los transportes.

Dirección General VIII

Desarrollo

- E. Finanzas, licitaciones.

Dirección General XI

Medio Ambiente, protección de los consumidores y seguridad nuclear

- A. Seguridad nuclear, impacto de la industria en el medio ambiente y gestión de los derechos
- B. Protección de las aguas, de la atmósfera y conservación.
- C. Protección y promoción de los intereses de los consumidores.

Dirección General XV

Instituciones financieras y derecho de sociedades

- A. Instituciones financieras: bancos y establecimientos financieros, seguros, bolsa y valores mobiliarios.
- B. Derecho de sociedades, imposición de las empresas y de los movimientos de capitales.

Dirección General XXI

Unión aduanera y fiscalidad indirecta

- A. Cuestiones arancelarias externas.
- B. Legislación aduanera.
- C. Fiscalidad indirecta y eliminación de las fronteras fiscales.

Dirección General XXIII

Política para las empresas

La Dirección General XXIII, Pequeña y Mediana Empresa, ha asumido las funciones de la antigua Task Force para las PYMES, que fue creada en 1986.

Actualmente la D.G.XXIII está encargada de:

* Puesta en marcha del programa de actuación y de las políticas que afectan a las PYMES

* Detectar y resolver cualquier problema práctico a los que las PYMES pueden enfrentarse en la aplicación de las políticas comunitarias, en el acceso a los programas y a los fondos comunitarios.

* Desarrollo de los Centros de Información Europeos, del Business Cooperation Network (BC-NET) y del Boletín Euro-Info, que desde 1985, informan a los medios profesionales de las iniciativas comunitarias que puedan tener impacto en las PYMES.

Dirección:

80 rue d'Arlon 1040 Bruselas

Tf. (07) 32 2 236 16 76

Fax. (07) 32 2 236 12 41

Télex. 61655 BURAP B

Dirección postal:

200 rue de la Loi

1049 Bruselas

Banco Europeo de Inversiones

Creado en 1958 por el Tratado de Roma que instituyó la CEE, el-BEI otorga unos préstamos para proyectos que contribuyen al desarrollo equilibrado de la Comunidad Europea, fundamentalmente a partir de recursos recaudados en los mercados de capitales.

Los préstamos pueden llegar hasta el 50% del coste de la inversión, con unos préstamos base de aproximadamente 276 millones de pesetas sin un máximo absoluto.

El total de las financiaciones otorgadas en 1987 alcanzó 7.842,5 millones de ECUS, de los que el 95 por cien fue para proyectos en los 12 países miembros y el 5 por cien en el marco de acuerdos de cooperación concluidos entre la Comunidad Europea y numerosos países de África, el Caribe y el Pacífico (ACP, socios de la Comunidad Europea en la Convención de LOME) y de la cuenca del Mediterráneo.

Para más información dirigirse a:

100 Bd. Konrad Adenauer
L-2950 Luxemburgo
Tf. (07) 352 43 79-1
Télex. 3530 (BNKEU LU)
Fax. (07) 352 43 77 04

Oficina externa:
227 rue de la Loi
B 1040 Bruselas
Tf. (07) 32 2 230 98 90
Télex. 21721 BANKEU B
Fax.. (07) 32 2 230 58 27

Comité Económico y Social (CES)

Para cualquier información sobre los trabajos del CES, en sesión plenaria o en comisión, dirigirse a:

Comité Económico y Social
2 rue Ravenstein
B 1000 Bruselas
Tf. (07)07 32 2 519 90 11
Télex. 925983 (CESEUR B)

Otras Instituciones:

TRIBUNAL DE JUSTICIA

Plateau du Kirchberg
L-2925 LUXEMBURGO
Tf. 07-352-43031
Télex. 2771 (CINFO LU)

TRIBUNAL DE CUENTAS

12 Rue A. de Gasperi
L-1615 LUXEMBURGO
Tf. 07-352-43981
Télex. 3512 (EURAUD LU)

OFICINA DE ESTADISTICAS

Batiment Jean Monnet
L-2925 LUXEMBURGO
Tf. 07-352-43011

Oficinas de la Comisión en los países miembros

BELGICA

Rue Achiméde, 73
1040 Bruselas
Tf. 735.00.40 / 735.80.40

FRANCIA

61, rue des Belles-Feuilles
75782 París Cédex 16
Tf. 45.01.58.85

DINAMARCA

Højbrohus
Ostergade 61
Postbox 144
1004 - Copenhague
Tf. 14.41.40

Oficina en Marsella

2, rue Henri Barbusse
Marsella 13241 Cédex 01
Tf. 91/08.62.00

ALEMANIA

Zitelmannstrasse 22
5300 - Bonn
Tf. 23.80.41

GRECIA

2, Vassilissis Sofias
T.K. 1602 Atenas
Tf. 724.39.82/ 724.39.83 / 724.39.84

Oficina en Berlín

Kurfürstendamm 102
1000 Berlin 31
Tf. 892.40.28

IRLANDA

39, Molesworth Street
Dublin 2
Tf.: 71.22.44

Oficina en Munich

Erhardtstrasse 27
D 8000 Munich
Tf. 89/2399-2900
Télex. 52.18.135

ITALIA

Via Poli, 29
00187 Roma
Tf.: 678.97.22

Oficina en Milán

Corso Magenta, 61
20123 Milán
Tf.: 87.51.17/8059.209/80.52.643

LUXEMBURGO

Centre Européen
Batiment Jean Monnet
B/O
2929 **Luxemburgo**
Tf.: 430. 11

HOLANDA

Korte Vijverberg, 5
2513 AB La Haya
Tf.: (3170) 46 93 26

PORTUGAL

35,rua Sacramento á Lapa
1200 **Lisboa**
Tf.: 66.75.96

GRAN BRETAÑA

8, Store's Gate
Londres
SW 1P 3AT
Tf.: 222.81.22

Oficina en Belfast

Windsor House
9/15 Bedford Street
Belfast
Tf.: 407.08

Oficina en Cardiff

4 Cathedral Road
Cardiff CF1 9SG
Tf.: 37 1631

Oficina en Edimburgo

7 Alva Street
Edimburgo EH2 4PH
Tf.: 225 2058

C) Oficinas de la Comisión en terceros países

SUIZA

Case Postale 195
37-39, rue Vermont
1211 **Ginebra** 20
Tf.: 34.97.50

TURQUIA

15. Kuleli Sokak
Gazi Osman Paça
Ankara
Tf.: 27.61.45/27.61.46

AMERICA LATINA

Avda. Ricardo Lyon 1177
Santiago de Chile 9
Chile

Dirección Postal: Casilla 10093
Tf.: 25.05.55

Quinta Bienvenida
Valle Arriba
Calle Colibrí
Distrito Sucre
Caracas

Venezuela

Tf.: 91.47.07

AUSTRALIA

Capital Centre
Franklin Street
Po Box 609
Manuka ACTF 2603

Camberra a.c.t.

Tf.: (062) 95.50.00

CANADA

Inn of the Provinces
Office Tower
Suite 1110
Sparks' Street 350
Ottawa, Ont. Kir 7S8
Tf.: 238.64.64

INDIA

Press and Information Service
YMCA Building
(4th e 5th floors)
Jai Singh Road
Nueva Delhi 110001
Télex: 61315 EURO IN
Tf.: 34.42.22/35.04.30

JAPON

Kowa 25 Building
8-7 Sanbancho
Chiyoda-Ku
Tokyo 102
Tf.: 239.04.41

TAILANDIA

Thai Military Banl Bldg
34, Phya Thai Road
Bangkok
Tf.: 282.14.52

ESTADOS UNIDOS

2100 M Street, NW
Suite 707
Washington, DC 20037
Tf.: 862.95.00
1 Dag Hammarskjöld Plaza
245 East 47th Street
New York, NY 10017
Tf.: 371.38.04

Oficina en San Francisco

44 Montgomery Street
Suite 27-15
San Francisco C-A C/4104
Tf: 415 391 34 76

II INFORMACION SOBRE OTROS TEMAS DE INTERES PARA LAS EMPRESAS

A) Ayudas y Préstamos

FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL (F.E.D.E.R.)

Ministerio de Economía y Hacienda

Subdirección General de Planificación Regional
Paseo de la Castellana, 162, planta 20
28016 MADRID
Tf. (91) 458 86 64 (centralita)
Tf. (91) 250 09 39 (subdirección)
Tf. (91) 259 47 55 (FEDER)
Fax. (91) 250 86 50

FONDO SOCIAL EUROPEO (F.S.E.)

Ministerio de Trabajo y Seguridad Social

Secretario General. Unidad Administradora del Fondo Social Europeo
Pío Baroja, 6
28009 MADRID
Tf. (91) 409 09 41
Télex. 465 63 IESS
Fax. (91) 274 16 01

FONDO EUROPEO DE ORIENTACION Y DE GARANTIA AGRICOLA (F.E.O.G.A.)

FEOGA-Garantía

Ministerio de Agricultura y Alimentación

FORPPA (Fondo de Ordenación y Regulación de Producciones y Precios Agrarios)

José Abascal, 4
28003 MADRID
Tf. (91) 448 80 00
Télex. 45506
Fax. (91) 593 25 46

FEOGA-Orientación

Ministerio de Agricultura y Alimentación

(SENPA)

Servicio Nacional de Productos Agrarios

Beneficencia, 8	C/ Almagro, 33
28004 MADRID	28028 MADRID
Tf. (91) 522 29 61	Tf.(91) 419 98 00
Télex. 23427 E	Télex. 87620 SENPA-E
Fax. (91) 21 98 32	Fax. (91) 521 98 32

Instituto de Reforma y Desarrollo

Agrarios (IRYDA)

Paseo de la Castellana, 112

28046 MADRID

Tf. (91) 581 61 00

Télex. 48979

Fax. (91) 411 37 70

B) Programas de Investigación y Desarrollo I+D

PROGRAMA MARCO

La Comunidad Europea está vivamente convencida de la importancia de la investigación precompetitiva para la mejora de la calidad de vida de sus ciudadanos y la consecución de un auténtico Mercado Unico, en 1992. Con este fin, se han dotado de un Programa Marco en el que se integran más de cien proyectos de investigación concretos, de los que destacamos los más desarrollados:

2. Salud
3. Salud (Genoma Humano)
4. Radioprotección
5. Medio ambiente
6. Medio ambiente. Teledetección agrícola
7. Tecnologías de la información (ESPRIT)
8. Telecomunicaciones (RACE)
9. Informática médica (AIM)
10. Informática de transportes (DRIVE)
- 11 Informática educativa (DELTA)
- 12 BRITE
- 13 BRITE-EURAM
- 14 Materiales avanzados (EURAM)
- 15 Materias primas y reciclado
- 16 Normas técnicas
- 17 Biotecnología
- 18 Tecnologías agroindustriales (ECLAIR)
- 19 Tecnologías agroindustriales (FLAIR)
- 20 Agricultura
- 21 Residuos radiactivos y fisión: seguridad nuclear

- 22 Cierre de instalaciones: seguridad nuclear
- 23 Energía nuclear de fusión
24. Energías no nucleares (JOULE)
25. Medicina, salud y nutrición
26. Agricultura tropical y subtropical
27. Tecnologías marinas
28. Pesca
29. Recursos humanos (SCIENCE)
30. Mejora de recursos humanos (SPES)
31. Grandes instalaciones
32. Prospectiva y evaluación (DOSES)
33. Monitor. A (SAST)
34. Monitor. B (FAST)
35. Monitor. C (SPEAR)
- 36 SPRINT
37. Difusión de la I+D
38. EUROTRA

COMISION INTERMINISTERIAL DE CIENCIA Y
TECNOLOGIA
SECRETARIA GENERAL DEL PLAN NACIONAL DE
INVESTIGACION CIENTIFICA Y DESARROLLO
TECNOLOGICO

VICESECRETARIA PARA LA
COORDINACION CIENTIFICA INTERNACIONAL.
Rosario Pino, 14-16
Tf. (91) 572 00 98
Télex. 49692
Fax. (91) 571 57 81
28020 MADRID

C) Venta y Suscripción a las publicaciones europeas

Boletín Oficial del Estado
Trafalgar, 27
28010 MADRID
Tf. (91) 446 60 00

Mundi-Prensa Libros, S.A.
Castelló, 37
Tf. (91) 431 33 99 (Libros)
431 32 22 (Suscripciones)
435 36 37 (Dirección)
Télex. 49370-MPLI-E

III OTRAS FUENTES ESPAÑOLAS DE INFORMACION

A) Ministerios

En los principales ministerios, Vd. podrá encontrar contestaciones en lo que se refiere a problemas industriales, comerciales, consecución del mercado interior, etc.; sus direcciones son las siguientes:

MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES

Pza. de la Provincia, 1
28012 - MADRID
Tf. (91) 468.20.00

Secretaría de Estado para las Relaciones con la CE

Francisco Silvela, 82
28028-MADRID

MINISTERIO DE ECONOMIA Y HACIENDA

Alcala, 11
28014 - MADRID
Tf. (91) 468.20.00

Dirección General de Comercio Exterior

Paseo de la Castellana, 162
28046 - MADRID
Fax. (91) 458.00.16

Instituto Español de Comercio Exterior

(ICEX)
Casado de Alisal, 6
28014 - MADRID
Fax. (91) 527.17.07

MINISTERIO DE INDUSTRIA Y ENERGIA

Paseo de la Castellana, 160
28046 - MADRID
Tf. (91) 458.70.58

Instituto de la Pequeña y Mediana Empresa Industria (IMPI)

Paseo de la Castellana, 141
28046 - MADRID
Tf. (91) 450.80.48

MINISTERIO DE AGRICULTURA

Paseo Infanta Isabel, 1
28014 - MADRID
Tf. (91) 347.50.00

Dirección General de Relaciones Pesqueras Internacionales

Ortega y Gasset, 57
28006 - MADRID
Tf. (91) 402.73.85

FORPPA

José Abascal, 4
28003 - MADRID
Tf. (91) 448.80.00

**MINISTERIO DE TRABAJO Y
SEGURIDAD SOCIAL**

Nuevos Ministerios
28003 - MADRID
Tf. (91) 253.60.00

**Secretario General Unidad
Administrativa del Fondo Social
Europeo
(FSE)**

Pío Baroja, 6
28009 - MADRID
Tf. (91) 409.09.41

**MINISTERIO DE OBRAS
PUBLICAS Y URBANISMO**

Nuevos Ministerios
28003 - MADRID
Tf. (91) 253.16.00

CEDEX

Alfonso XIII, 3 y 5
28014 - MADRID
Tf. (91) 467.37.08

**MINISTERIO DE
TRANSPORTES,
TURISMO Y
COMUNICACIONES**

Nuevos Ministerios
28003 - MADRID
Tf. (91) 456.11.44

**MINISTERIO DE SANIDAD Y
CONSUMO**

Paseo del Prado, 18-20
28014 - MADRID
Tf. (91) 420.00.00

**MINISTERIO DE EDUCACION
Y CIENCIA**

Alcalá, 34
28014 - MADRID
Tf. (91) 532.13.00

B) Embajada Española ante la CE

Comunidades Europeas

Rue D'Arlon
1040 - BRUSELAS
Tf. 230.30.90

Consejo de Europa

24 Alée de la Roberstsav
67003 - BRUSELAS
Tf. 230.30.90

C) Organizaciones Empresariales

CONFEDERACION ESPANOLA DE ORGANIZACIONES EMPRESARIALES (CEOE)

Diego de León, 50
28006 - MADRID
Tf. (91) 411.64.13

CONFEDERACION ESPAÑOLA DE LA PEQUEÑA MEDIANA EMPRESA (CEPYME)

Diego de León, 50-8ª planta
28006 - MADRID
Tf. (91) 411.61.61

FOMENTO DEL TRABAJO NACIONAL

Vía Laietana, 32, 1º
08003 - BARCELONA
Tf: (93) 319 71 93

P.I.M.E.C. (PETITA I MITJANA EMPRESA DE CATALUNYA)

Bruc, 72-74-6ª planta
08009 - BARCELONA

CONFEDERACION EMPRESARIAL VASCA CONFEBASK

Gran Vía Don Diego López de Haro,
60
48011 - BILBAO
Tf. (94) 442 27 16

CONFEDERACION DE EMPRESARIOS DE ANDALUCIA

Avda. San Francisco Javier, s/n
Edificio Sevilla 2 - 9ª planta
41005 - SEVILLA
Tf.(954) 64.20.13

CONFEDERACION EMPRESARIAL VALENCIANA (CEV)

Músico Peidro, 36
46001-VALENCIA
Tf: (96) 352 15 34

D) Cámara de Comercio

**CONSEJO SUPERIOR DE LAS
CAMARAS OFICIALES DE
COMERCIO, INDUSTRIA Y
NAVEGACION DE ESPAÑA**

Claudio Coello, 19
28001 MADRID
Tf.: (91) 275 34 00

E) Otras Organizaciones

AENOR elabora y dirige la política española de normalización y certificación AENOR en todos los sectores. A través de los intereses españoles en materia de normalización son definidos en el contexto europeo.

**ASOCIACION ESPAÑOLA DE
NORMALIZACION Y
CERTIFICACION (AENOR)**

Fernández de la Hoz, 52
28010 - MADRID

El GRUPO SANTANDER patrocina la edición española de la publicación *EUROPA 1992: UNA ESTRATEGIA EMPRESARIAL PARA EL MERCADO UNICO*, de la Comisión de la Comunidad Europea, como una contribución, eminentemente práctica, a la demanda de información que las empresas españolas -muy especialmente las medianas y pequeñas- plantean sobre las Instituciones Europeas y las repercusiones del Mercado Unico.

El GRUPO SANTANDER agradece a la Comisión de la Comunidad Europea esta oportunidad de colaboración en sus actividades divulgativas y, asumiendo idénticos propósitos, está a disposición de Vd. para facilitarle la información que precise sobre estos temas.

**LLAMENOS, GRATIS
AL TELEFONO
900 17 17 17**



Banco
Santander

DEPARTAMENTO DE PYMES
Paseo de la Castellana, 75
28046 - MADRID

12.534



Banco
Santander

Paseo de la Castellana, 75
28046 - MADRID