CEAPI EN LOS MEDIOS
JUNIO 2018

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=3158&comps_id=155259510

La fundadora y presidenta de Atrevia, Núria Vilanova, protagonista del V Foro Igualmente de la Diputación

EUROPA PRESS 04.06.2018

Núria Vilanova, fundadora y presidenta de Atrevia, la mayor consultora de comunicación de España, ha sido la protagonista del V Foro Igualmente, una iniciativa impulsada por la Delegación de Igualdad e Innovación Social de la Diputación de Málaga, dirigida a directivos y empresarios, con la colaboración de la revista digital Yo Soy Mujer, que aborda un caso de éxito profesional y personal.

Ana Mato y Nuria Vilanova en el foro Igualmente de la Diputación DIPUTACIÓN DE MÁLAGA

Con el objeto de conseguir la igualdad real entre hombres y mujeres en todos los aspectos sociales y reducir la brecha salarial de género que existe en el país, el ente supramunicipal reúne periódicamente en un desayuno a distintas ponentes que aportan sus conocimientos y experiencias con el mundo empresarial con la finalidad de crear también redes de networking entre las asistentes.

En este sentido, la vicepresidenta y diputada de Igualdad e Innovación, Ana Mata, ha incidido en que "es fundamental la realización de estos foros en los que se pone de manifiesto las buenas prácticas de directivas que están realizando su labor y sirvan para el empoderamiento de empresarias de la provincia y, a su vez, como modelos para otras mujeres".

Además, ha destacado el "buen" resultado que están obteniendo, "ya que en las ediciones anteriores se ha superado el centenar de participantes, lo que demuestra el interés del tejido asociativo malagueño por buscar soluciones y reducir la brecha salarial de género".

El encuentro de este lunes ha tenido lugar en el hotel Double Tree by Hilton en la Reserva del Higuerón, en el municipio malagueño de Fuengirola, y ha

contado con la presencia de la vicepresidenta y diputada de Igualdad e Innovación y de la diputada del grupo Ciudadanos, Teresa Pardo.

La protagonista del encuentro ha sido Núria Vilanova, fundadora y presidenta de Atrevia, una consultora de comunicación, que tiene más de 28 años de experiencia en el sector, cuyo objetivo es liderar la comunicación en idioma español y portugués y está formada por un equipo de más de 350 personas con oficinas en España, Portugal, Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, México, Perú, Paraguay, Puerto Rico, República Dominicana, Bruselas, Miami y Washington DC.

Durante el desayuno se ha estudiado el caso de esta empresaria que forma parte de las Top 100 mujeres en España, de las 20 directivas líderes en Yo Dona o de las diez CEO más influyentes en las redes sociales españolas. Además, es presidenta del Consejo Empresarial Alianza por Iberoamérica (Ceapi), entre otras organizaciones.

Su perfil profesional se caracteriza por el compromiso con el desarrollo de conocimiento, de plataformas empresariales y de la responsabilidad social.

Asimismo, es fundadora y co-presidenta del Foro del Buen Gobierno y Accionariado, creado en colaboración con la escuela de negocios Iese-Irco, fundadora y co-presidenta del Observatorio de Comunicación Interna e Identidad Corporativa, con la escuela de negocios Instituto de Empresa.

En 2017 recibió el Individual Outstanding Achievement Award en la gala de los Sabre EMEA, premio otorgado por The Holmes Report que reconoce a los mejores profesionales del mundo de la comunicación en Europa, Oriente Medio y África.

También ha sido condecorada con la Cruz de Oficial de Isabel la Católica en 2016 y reconocida con otros numerosos premios como el Máster de Oro del Fórum de Alta Dirección en 2014, el Premio IWEC (International Women Entrepreneurial Challenge) en 2009, el Premio Fidem a la Mujer Emprendedora en 2008, el Premio Fedepe a la Mujer Empresaria en 2007, el Premio al Emprendedor del año de ESIC en 2002 y el de Joven Empresaria otorgado por AJE Actualidad Económica en 2001.

Consulta aquí más noticias de Málaga.

Volver al índice

Alejandro Bulgheroni, premio al desarrollo empresarial iberoamericano

Por Redacción Miércoles 27 de junio de 2018, 18:43h

Redacción (ALN).- El empresario argentino Alejandro Bulgheroni ha sido galardonado con el premio Enrique Iglesias al Desarrollo del Espacio Empresarial Iberoamericano. El jurado destacó su esfuerzo por impulsar la imagen de Argentina en el exterior y apoyar las relaciones del país latinoamericano con España.

Alejandro Bulgheroni, premio al desarrollo empresarial iberoamericano / EFE: Iván Franco

El empresario argentino **Alejandro Bulgheroni** ha sido galardonado con el **premio Enrique Iglesias** al **Desarrollo del Espacio Empresarial Iberoamericano**. Así lo anunció este miércoles el **Consejo Empresarial Alianza por Iberoamérica (Ceapi)** en un comunicado. El jurado destacó la contribución de Bulgheroni "al desarrollo de la economía argentina, su esfuerzo por impulsar la imagen de este país en el exterior, el apoyo a la mejora de las relaciones **España-Argentina** y el empeño en promover las buenas relaciones en toda la región iberoamericana". Bulgheroni heredó la compañía **Bridas & Corp**. de sus padres, y desde ese momento emprendió nuevas alianzas, inversiones y desarrollos que llevaron a la fusión y creación de **Pan American Energy**, empresa que en la actualidad es la primera productora privada de hidrocarburos de **Argentina**. La compañía opera en las cuatro principales cuencas del país, aporta 18% de los hidrocarburos producidos en territorio argentino y da empleo a más de 12.000 personas. Bulgheroni recibirá el premio en la próxima **XXVI Cumbre Iberoamericana en La Antigua (Guatemala)** del 14 al 16 de noviembre.

Volver al índice

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=3158&comps_id=160537911

EXPORTACIONES

Latinoamérica se consolida como mercado de exportación e inversión de las empresas cántabras

Las firmas cántabras tienen presencia en 13 países de Iberoamérica y más de 340 compañías de la comunidad exportan productos a esa región.

ALERTA
15:46 25/06/18

LATINOAMÉRICA CONSOLIDA MERCADO EXPORTACIÓN INVERSIÓN EMPRESAS

El puerto de Santanter y la Bahia. /ALERTA

Latinoamérica "se consolida como uno de los grandes mercados de internacionalización" para las empresas de Cantabria, con

México, Chile, Colombia, Brasil y Perú como destinos preferidos para unas compañías que han elevado su presencia en la región de forma notable en los últimos años; y "todo apunta" a que la apuesta cántabra por la región crecerá en los próximos años.

Esta ha sido una de las principales conclusiones del desayuno-coloquio 'Iberoamérica Empresarial' que el Consejo Empresarial Alianza por Iberoamérica (CEAPI) ha celebrado este lunes en Santander con la asistencia de una treintena de socios de CEAPI y empresarios y altos ejecutivos de la región, así como de la directora general de Sodercan.

Según los datos con los que trabaja la Sociedad para el Desarrollo de Cantabria (Sodercan) 342 empresas cántabras tenían actividad exportadora hacia Latinoamérica en 2017. México es el primer destino de las ventas exteriores de la región, seguido de Brasil, Chile y Argentina.

La balanza comercial de Cantabria con la región ha sido positiva para la comunidad autónoma en los últimos 10 años, excepto en 2016.

Cantabria vendió en 2017 a América Latina bienes por un importe de 171 millones de euros e importó de América Latina 146 millones de euros.

La región latinoamericana representa el 7% del total de las exportaciones e importaciones cántabras. Las compañías cántabras tienen presencia en 13 países de América Latina, siendo México, Colombia y Chile los que cuentan con mayor número, ha informado CEAPI en nota de prensa.

DESAYUNO COLOQUIO

En el encuentro, en el que la CEO de Industrias Hergom y vicepresidenta de ACEFAM, Mar Gómez-Casuso, se ha presentado como nueva integrante del Consejo Directivo de CEAPI y presidenta del organismo en Cantabria, los asistentes han intercambiado experiencias sobre la internacionalización de empresas de la comunidad autónoma en Latinoamérica y compartido iniciativas con la vista puesta en el futuro.

El coloquio ha contado además, con la presencia de la presidenta de CEAPI y de la consultora ATREVIA, Nuria Vilanova; del presidente de CEOE-Cepyme Cantabria, Lorenzo Vidal de la Peña; de la directora general de Sodercan, Iciar Anorrortu; de la responsable del Área Internacional de la Cámara de Cantabria, Blanca Gómez; de la presidenta de la Empresa Familiar de Cantabria, Paloma Fernández y de la presidenta de CEAPI en Bolivia, Marilyn Cochamanidis.

Mar Gómez-Casuso ha destacado que "Iberoamérica es una oportunidad para las empresas cántabras, como demuestran los datos de intercambio comercial" y ha enfatizado que "la lengua común contribuye de manera significativa a unir lazos". "Las empresas de Cantabria no pueden desaprovechar la oportunidad de Latinoamérica en un mundo cada vez más globalizado", ha indicado.

Volver al índice

Por su parte, la presidenta de CEAPI, Núria Vilanova, que ha aprovechado para presentar este organismo de 115 socios con presidentes en cada uno de los países de Latam, ha destacado que para la internacionalización en la región "es fundamental forjar relaciones de confianza y asociación con empresarios locales, porque hay realidades que no se captan aunque se disponga de la mejor información".

"Iberoamérica está compuesta por 22 países muy diversos que hay que conocer. Muchas veces las grandes oportunidades están en las naciones que más desconocemos", ha resaltado Vilanova, para destacar que CEAPI nació con esa idea de vincular empresarios, respaldar alianzas de negocio e impulsar el conocimiento de esos mercados.

"CEAPI surgió con la idea de estar formada por presidentes de compañías para fijar esa relación de confianza a primer nivel", ha dicho. Y en esa idea abundó la presidenta de CEAPI en Bolivia, Marilyn Cochamanidis, que ha animado a "aprovechar el potencial de Latinoamérica para invertir atendiendo la diversidad de cada país".

Por su parte, la directora general de Sodercan, Iciar Anorrortu, ha destacado la importancia de los mercados de Latinoamérica y la necesidad de que organismos como el que dirige y la Cámara de Comercio trabajen de forma coordinada "para ayudar a impulsar la apertura a mercados internacionales de las empresas de Cantabria", notablemente a destinos de Latinoamérica.

Amorrortu ha recordado que desde Sodercan se han promovido misiones comerciales a varios países, entre ellos México, Cuba, Chile y Perú y ha anunciado una nueva iniciativa para fomentar la sensibilización hacia el exterior mediante un programa de iniciación a las exportaciones para las empresas más pequeñas de la comunidad autónoma.

El Consejo Empresarial Alianza por Iberoamérica, CEAPI, es una organización constituida por empresarios comprometidos con el Espacio Empresarial Iberoamericano cuyo principal objetivo es fomentar el desarrollo económico y social mediante el intercambio de experiencias, el estímulo a la inversión y la integración.

PUBLICIDAD

ALERTA
26/06/2018
CEAPI
AREA (cm2): 0,7121 OCUPACIÓN: 11,1% V.PUB.: 1007€ NOTICIAS DE CEAL

EMPRESAS CÁNTABRAS

Latinoamérica se consolida como mercado de exportación

E. PRESS / SANTANDER

Latinoamérica «se consolida como uno de los grandes mercados de internacionalización» para las empresas de Cantabria, con México, Chile, Colombia, Brasil y Perú como destinos preferidos para unas compañías que han elevado su presencia en la región de forma notable en los últimos años; y «todo apunta» a que la apuesta cántabra por la región crecerá en los próximos años. Esta ha sido una de las principales conclusiones del desayuno-coloquio '*Iberoamérica Empresarial*' que el Consejo Empresarial Alianza por Iberoamérica (CEAPI) ha celebrado este lunes en Santander con la asistencia de una treintena de socios de CEAPI y empresarios y altos ejecutivos de la región, así como de la directora general de Sodercan.

Según los datos con los que trabaja la Sociedad para el Desarrollo de Cantabria (Sodercan) 342 empresas cántabras tenían actividad exportadora hacia Latinoamérica en 2017. México es el primer destino de las ventas exteriores de la región, seguido de Brasil, Chile y Argentina. La balanza comercial de Cantabria con la región ha sido positiva para la comunidad autónoma en los últimos 10 años, excepto en 2016.

Volver al índice

Núria Vilanova
Liderazgo & Comunicación

26 jun 2018

ATREVIA, CEAPI, Eventos

alianzas de negocio, Cantabria, CEAPI, Consejo Empresarial Alianza por Iberoamérica, Empresarios, Iberoamérica

Presentamos CEAPI a empresarios y ejecutivos de Cantabria

Recientemente organizamos en Santander el **desayuno-coloquio *Iberoamérica Empresarial***, evento en el que presentamos el Consejo Empresarial Alianza por Iberoamérica (CEAPI) a distinguidos empresarios y altos ejecutivos de la región de Cantabria en compañía de una treintena de socios de CEAPI.

Una de las conclusiones sobre las que pudimos conversar en el coloquio ha sido la actual **consolidación de Latinoamérica como uno de los grandes mercados de internacionalización para las compañías españolas**. De hecho, de acuerdo con datos de Sodercan, durante 2017 Cantabria vendió 171 millones de euros en bienes a América Latina, importe que representa el 7% del total de las exportaciones de la región.

Iberoamérica está compuesta por 22 países muy diversos que hay que conocer y muchas veces las grandes oportunidades están en las naciones que más desconocemos. **CEAPI nace como una organización de empresarios comprometidos con el desarrollo económico y social del espacio empresarial iberoamericano** y por eso está formada por presidentes de compañías, para precisamente forjar una red de confianza que estimule la inversión y trabaje por la integración.

[redacted]

Empecé de periodista con 18 años. Creé **Inforpress** (desde finales de febrero de 2015 "rebautizada" como **ATREVIA)** por casualidad, a los 23 años. ¡Con mi madre! Somos socias. Quería que creciéramos, ser grandes, hacer proyectos atractivos. Hoy somos la mayor consultora de comunicación en España, con un equipo formado por más de 325 personas, oficinas propias en Portugal, Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Perú, México, Ecuador, Puerto Rico, Chile, Guatemala, República Dominicana, Paraguay, Costa Rica, Washington y Bruselas y una red de partners en Europa, América y Asia.

Núria Vilanova

Fundadora y presidenta de ATREVIA. Presidenta de Consejo Empresarial Alianza por Iberoamérica (CEAPI)

[redacted]

Volver al índice

Sorry

This video does not exist.

Durante el coloquio contamos con **Susana Campo**, directora de CEAPI; **Mar Gómez-Casuso**, CEO de Industrias Hergom, miembro del Consejo Directivo de CEAPI y presidenta del organismo para Cantabria; **Lorenzo Vidal de la Peña**, presidente de CEOE-Cepyme Cantabria; **Iciar Anorrortu**, directora general de Sodercan; **Blanca Gómez**, responsable del Área Internacional de la Cámara de Cantabria; **Paloma Fernández**, presidenta de la Empresa Familiar de Cantabria, y **Marilyn Cochamanidis**, presidenta de CEAPI en Bolivia.

Gracias a todos por asistir al evento y velar por el desarrollo de Cantabria, España e Iberoamérica.

« ARTÍCULOS PREVIOS

Posts relacionados

Entrevista en OK Diario: “a veces hay que decidir entre qué es lo primero, si la familia o la empresa”

Celebramos la cena anual de CEAPI

Concluimos el I Congreso CEAPI con éxito

Homenaje y entrega del premio Enrique V. Iglesias a Placido Arango, fundador del Grupo Vips

La República: “Los grandes desafíos de América Latina”

Encantada de hablar sobre la comunicación en la empresa familiar en la AIRD de República Dominicana

Comentarios cerrados

EL DIARIO MONTAÑÉS

23/06/2018

CEAPI

«Cantabria no puede dejar pasar el potente mercado de Iberoamérica»

Mar Gómez Casuso asume la presidencia de la delegación cántabra del Consejo Empresarial Alianza por Iberoamérica (Ceapi), que se presenta el lunes ante una veintena de empresarios

:: ISABEL AROZAMENA

SANTANDER. Las oportunidades de negocio en Iberoamérica son «bastante importantes», y así lo entiende el Consejo Empresarial Alianza por Iberoamérica (Ceapi), que preside Núria Vilanova, y que acaba de abrir una delegación en Cantabria a cuyo frente se encuentra Mar Gómez Casuso. La consejera delegada de Industrias Hergom ya tiene experiencia con este mercado «complicado, pero que no debemos dejar pasar» por las oportunidades que presenta, teniendo en cuenta «los lazos que nos unen, como el idioma».

La asociación, que tiene como objetivo estrechar lazos comerciales con Iberoamérica, se presentará en Cantabria en un acto que se desarrollará el próximo lunes en el restaurante Deluz, a partir de las 9.30 horas, al que han sido invitados una veintena de empresarios de la comunidad autónoma.

«Tenemos que ayudar a las empresas, sobre todo a las más pequeñas, a explorar este mercado tan potente», adelantó Gómez Casuso a El Diario. La consejera delegada de Industrias Hergom será la encargada de explicar las oportunidades de negocio en estos países, así como los aspectos más complicados relativos a la situación política que se vive y a la diferente cultura a la hora de abordar un proyecto.

Uno de los objetivos de Ceapi es precisamente actuar como palanca para que las empresas salgan al exterior para crecer y desarrollarse. «Es un mercado difícil que está cambiando mucho», precisó Gómez Casuso, pero que una vez una empresa consigue asentarse implica un despegue comercial. Además, Iberoamérica «está deseando tener contacto con empresas españolas».

En la reunión del lunes los asistentes pondrán en común experiencias para «crear sinergias» y así hacer más fácil el comercio exterior, además de poder plantear sus dudas. El fabricante de estufas Hergom tiene una delegación en México y trabaja asiduamente con Chile, Guatemala y Perú. «Nuestra experiencia es buena, aunque es un mercado complicado y hay que encontrar los contactos adecuados», precisó Gómez Casuso, que anima sin dudarlo a las empresa cántabras «a salir al exterior aunque sea costoso». Es aquí donde interviene la asociación para paliar estas dificultades.

Cantabria tiene relaciones comerciales con Iberoamérica en ámbitos como las conserveras, ingenierías, constructoras, tecnología y productos de consumo. Todo lo que sea intensificar este mercado, resaltó Gómez Casuso, «redundará en un mayor desarrollo de la comunidad».

22 oportunidades

Ceapi se creó en 2014 y su presidenta nacional, Núria Vilanova, destaca la importancia del mercado iberoamericano, no solo de los países más grandes, sino de otros más pequeños. «Son 22 países y, por lo tanto, 22 oportunidades», indicó. Puso como ejemplo que Paraguay y República Dominicana tienen crecimientos de sus economías del 5-7% en los últimos siete años. La reunión del lunes se enmarca en una ronda de visitas por las comunidades para explicar a los empresarios los objetivos de la asociación.

El objetivo del encuentro es intercambiar opiniones y experiencias sobre el entorno empresarial iberoamericano, examinar la internacionalización de las empresas cántabras en Latinoamérica y las relaciones comerciales inversoras y comerciales del tejido empresarial de Cantabria con la región iberoamericana. Asistirán al encuentro empresarios y altos ejecutivos de importantes empresas de Cantabria y representantes de la Cámara de Comercio, CEOE, Sodercán y la Empresa Familiar de Cantabria.

Red de relaciones

Ceapi es una asociación compuesta por más de 120 presidentes y consejeros delegados de empresas españolas, entre ellas las más importantes del país, con intereses en Latinoamérica y que ha abierto sus puertas a presidentes de empresas latinoamericanas que apuestan por fortalecer la red de relaciones en Iberoamérica.

Para Vilanova, se trata de «empresarios comprometidos» con el espacio empresarial iberoamericano cuyo principal objetivo es fomentar el desarrollo económico y social mediante el intercambio de experiencias, el estímulo a la inversión y la integración. Este proyecto responde a una realidad para las empresas que es Iberoamérica. Ceapi tiene la vocación de reforzar las relaciones en la región, apoyar a las empresas y crear vínculos de amistad entre los grandes líderes iberoamericanos.

Entre sus actividades se encuentra la organización de un congreso empresarial iberoamericano bianual, que el pasado año se celebró por primera vez y reunió a 470 empresarios, 198 de ellos de países de América Latina. También contempla la entrega del Premio Enrique V. Iglesias al desarrollo del Espacio Empresarial Iberoamericano, que este año cumple su quinta edición durante el Encuentro Empresarial de la Cumbre Iberoamericana en La Antigua (Guatemala), que se desarrollará los días 15 y 16 de noviembre de 2018.

Mar Gómez Casuso, consejera delegada de Industrias Hergom. :: ROBERTO RUIZ

México, principal destino cántabro

Un total de 342 empresas cántabras tienen actividad exportadora hacia Latinoamérica, según datos de Sodercán de 2017. México fue el primer destino, seguido de Brasil, Chile, Argentina y Venezuela. La región, que tiene implantación empresarial en 13 países de esta zona, vendió bienes por un importe de 171 millones de euros. El sector que presenta mayor porcentaje de exportaciones es el industrial y tecnología, con el 87%. Los principales productos exportados son componentes de automóvil, químicos-plásticos, fundición de hierro y acero, aparatos mecánicos y material eléctrico. El sector que más crece es el agroalimentario.

EL DIARIO MONTAÑÉS

De izquierda a derecha, Mar Gómez Casuso, Nuria Vilanova y Marilyn Cochamanidis. :: ALBERTO AJA

«Una mano amiga para las empresas cántabras que vayan a Iberoamérica»

Nuria Vilanova, presidenta de Ceapi, presentó ayer la asociación en Santander acompañada por Mar Gómez Casuso

:: MARÍA ÁNGELES SAMPERIO

SANTANDER. Son muchas las empresas cántabras que se han dejado atraer por el mercado de América Latina y otras lo están valorando. Ayer, algunas de ellas han podido comprobar que estos países están deseando encontrar conexiones para mejorar sus ventas en el exterior y mejorar su internacionalización. La oportunidad se la proporcionó la presentación en Santander del Consejo Empresarial Alianza por Iberoamérica (Ceapi) que nació en 2014 y que preside Nuria Vilanova. «Vamos más allá de la introducción en el país, somos una mano amiga para las empresas que vayan a Iberoamérica», recuerda Vilanova que participó en el acto con diferentes empresarios cántabros y con representantes de CEOE, Cámara de Comercio y Sodercán, de la mano de la presidenta de Ceapi en Cantabria, Mar Gómez Casuso.

La asociación se está mostrando en la práctica como una herramienta necesaria para que las empresas se sientan más apoyadas cuando quieren salir al exterior. «La lengua en Iberoamérica es común, pero la realidad económica y social es diferente y tener una relación en los países a los que se acude es fundamental», explica la presidenta de Ceapi. Además, está el interés de los países de Latinoamérica por los productos españoles y «porque es la plataforma ideal para poder entrar en Europa y también en África», valora Vilanova. «Vamos más allá que las misiones comerciales a los diferentes países», apunta Gómez Casuso que destaca que ahora los gobiernos están apostando por la salida al exterior de las empresas y que las embajadas y consulados están ayudando, pero la oportunidad que se ofrece desde Ceapi «ayuda a quitar el miedo».

«España se ve como la posibilidad de llegar no sólo al país sino a Europa y África»

«La asociación ayuda en la práctica empresarial y en la relación entre países, lo que es importante a la hora de implantarse o de hacer negocio», comenta Marilyn Cochamanidis, presidenta de Ceapi Bolivia, que acudió al encuentro de Santander y que fue uno de los 20 empresarios que estuvieron presentes en el congreso que se celebró en Madrid.

En cuanto a la presencia de mujeres en los puestos de responsabilidad en Ceapi, las tres directivas se mostraron partidarias de avanzar, lo que se está consiguiendo con la mayor presencia femenina al frente de las empresas. «Antes en las empresas familiares se preparaba al hijo para hacerse cargo del negocio y a la hija, de la fundación para temas sociales. Esto está cambiando», apunta Vilanova. «Hay que contar los ejemplos a las jóvenes, como se está haciendo con el proyecto Stem Talent Girl de Cantabria», añade Gómez Casuso.

Ceapi es una asociación compuesta por más de 120 presidentes y consejeros delegados de empresas españolas, entre ellas las más importantes del país que están en el Ibex 35, con intereses en Latinoamérica y que ha abierto sus puertas a presidentes de empresas latinoamericanas que apuestan por fortalecer la red de relaciones. Entre sus actividades se encuentra la organización de un congreso empresarial iberoamericano bianual, que el pasado año se celebró por primera vez y reunió a 470 empresarios en Madrid, 198 de ellos de países de América Latina. Este año toca cumbre empresarial iberoamericana, en noviembre, en La Antigua (Guatemala).

342 empresas de la región están ya en América Latina

En 2017 un total de 342 empresas cántabras tenían actividad exportadora hacia América Latina, según datos de Sodercán. México fue el primer destino de ventas exteriores, seguido de Brasil, Chile, Argentina y Venezuela. La balanza comercial de la región con esta zona ha sido positiva en los últimos 10 años, excepto en 2016, aunque la tendencia es a equilibrar la balanza, según el ICEX.

El sector que representa mayor porcentaje de exportaciones es el de productos industriales y tecnología, que representa el 87% de esas exportaciones. Los principales productos exportados son componentes de automóvil, productos químicos y plásticos, fundición de hierros y aceros, aparatos mecánicos y material eléctrico. El sector que más viene creciendo es el de los productos agroalimentarios.

Cantabria vendió en 2017 a América Latina bienes por un importe de 171 millones de euros e importó 146 millones, según los datos del ICEX.

Esta web utiliza cookies para obtener datos anónimos de acceso. Si continúas navegando, consideramos que aceptas nuestra política de cookies.

4 JUNIO 2018

La fundadora y presidenta de la mayor consultora de comunicación en España, Núria Vilanova, protagonista del V Foro Igualmente de la Diputación

Mata destaca la necesidad de impulsar encuentros protagonizados por mujeres empresarias que relaten sus experiencias profesionales con el objeto de conseguir la igualdad real entre hombres y mujeres

- foro igualmente
- foro empresarial
- yo_soy_mujer
- núria vilanova
- atrevia

Núria Vilanova, fundadora y presidenta de Atrevia, la mayor consultora de comunicación de España, ha sido la protagonista del V Foro Igualmente, una iniciativa impulsada por la Delegación de Igualdad e Innovación Social de la Diputación de Málaga, dirigida a directivos y empresarios, con la colaboración de la revista digital Yo Soy Mujer, que aborda un caso de éxito profesional y personal.

Con el objeto de conseguir la igualdad real entre hombres y mujeres en todos los aspectos sociales y reducir la brecha salarial de género que existe en el país, el ente supramunicipal reúne periódicamente en un desayuno a distintas ponentes que aportan sus conocimientos y experiencias con el mundo empresarial con la finalidad de crear también redes de networking entre las asistentes.

En este sentido Mata, ha apostillado que "es fundamental la realización de estos foros en los que se pone de manifiesto las buenas prácticas de directivas que están realizando su labor y sirvan para el empoderamiento de empresarias de la provincia y, a su vez, como modelos para otras mujeres". Además, ha destacado el buen resultado que están obteniendo, "ya que en las ediciones anteriores se ha superado el centenar de participantes, lo que demuestra el interés del tejido asociativo malagueño por buscar soluciones y reducir la brecha salarial de género".

El encuentro de hoy ha tenido lugar en el hotel Double Tree by Hilton en la Reserva del Higuerón (Fuengirola) y ha contado con la presencia de la vicepresidenta y diputada de Igualdad e Innovación, Ana Mata y de la diputada del grupo Ciudadanos, Teresa Pardo. La protagonista del encuentro ha sido Núria Vilanova, fundadora y presidenta de Atrevia, una consultora de comunicación, que tiene más de 28 años de experiencia en el sector, cuyo objetivo es liderar la comunicación en idioma español y portugués y está formada por un equipo de más de 350 personas con oficinas en España, Portugal, Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, México, Perú, Paraguay, Puerto Rico, República Dominicana, Bruselas, Miami y Washington D.C.

Durante el desayuno se ha estudiado el caso de esta empresaria que forma parte de las Top 100 mujeres en España, de las 20 directivas líderes en Yo Dona o de las 10 CEOs más influyentes en las redes sociales españolas. Además, es presidenta del Consejo Empresarial Alianza por Iberoamérica (CEAPI), entre otras organizaciones.

Volver al índice

Su perfil profesional se caracteriza por el compromiso con el desarrollo de conocimiento, de plataformas empresariales y de la responsabilidad social. Es fundadora y co-presidenta del Foro del Buen Gobierno y Accionariado, creado en colaboración con la escuela de negocios IESE-IRCO, fundadora y co-presidenta del Observatorio de Comunicación Interna e Identidad Corporativa, con la escuela de negocios Instituto de Empresa.

En 2017 recibió el Individual Outstanding Achievement Award en la gala de los Sabre EMEA, premio otorgado por The Holmes Report que reconoce a los mejores profesionales del mundo de la comunicación en Europa, Oriente Medio y África. También ha sido condecorada con la Cruz de Oficial de Isabel la Católica en 2016 y reconocida con otros numerosos premios como el Máster de Oro del Fórum de Alta Dirección en 2014, el Premio IWEC (International Women Entrepreneurial Challenge) en 2009, el Premio FIDEM a la Mujer Emprendedora en 2008, el Premio FEDEPE a la Mujer Empresaria en 2007, el Premio al Emprendedor del año de ESIC en 2002 y el de Joven Empresaria otorgado por AJE Actualidad Económica en 2001.

© 2018 Diputación de Málaga

Volver al índice

efe futuro.com
El futuro de la ciencia y la tecnología. Aquí y ahora

Me gusta 1

CEAPI distingue al empresario petrolero Alejandro Bulgheroni

El empresario Alejandro Bulgheroni ha sido galardonado por el jurado del Premio Enrique V. Iglesias al Desarrollo del Espacio Empresarial Iberoamericano, promovido por el Consejo Empresarial Alianza por Iberoamérica (CEAPI) por su contribución al desarrollo de la economía argentina.

EFEEMPRESAS | MADRID | MIÉRCOLES 27.06.2018

Foto CEAPI

CEAPI, una organización constituida por empresarios "comprometidos con el Espacio Empresarial Iberoamericano", ha reconocido la labor de **Bulgheroni,** el ingeniero petrolero y presidente de **Pan American Energy.**

También se le ha premiado por su apoyo a la mejora de las relaciones **España-Argentina**, por su empeño en promover los vínculos en toda la región iberoamericana y por su compromiso social.

"Es un honor para mí recibir esta distinción y ser el primer argentino que integra esta lista de figuras relevantes del quehacer empresarial latinoamericano", ha señalado **Bulgheroni** tras ser informado del fallo del jurado.

Galardón para el boliviano Luis Enrique García

Junto a este galardón se ha acordado entregar un "Premio Especial" al empresario boliviano Luis Enrique García Gutierrez, ex presidente de **CAF-Banco de Desarrollo de América Latina.**

Con este premio se ha querido reconocer "su brillante trayectoria profesional y la gran labor que desempeñó en **CAF** para promover el desarrollo de los países latinoamericanos, así como sus acciones en pro de una mayor relación de la región con España y su compromiso con el espacio empresarial común", ha informado **CEAPI** en una nota de prensa.

Según explica CEAPI en su página web, desde la organización apoyan el desarrollo de negocio e inversión de las empresas en Iberoamérica, están comprometidos con el desarrollo social y la ética empresarial.

También desarrollan el "networking" entre los socios y sus hijos y colaboran con instituciones y gobiernos en esos objetivos comunes.

EL BOLETIN.com
DIARIO DE ACTUALIDAD Y FINANZAS DESDE 1992

CEAPI

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=3158&comps_id=155156957

Economía | Entrevista con Núria Vilanova

"La sensación de transcendencia es la forma de que las nuevas generaciones vivan la empresa"

Nuria Vilanova

La presidenta de Atrevia y de Ceapi conversa con El BOLETÍN a raíz de la publicación del libro "La esencia de la empresa familiar. Valores y comunicación".

Miguel Penado

Lunes 04 de junio de 2018, 07:56h

Núria Vilanova es fundadora y presidenta de la consultora de comunicación Atrevia, que cuenta con presencia en 16 países. Además, preside el Consejo Empresarial Alianza por Iberoamérica (CEAPI), conformado por cien presidentes de las mayores empresas iberoamericanas. Una experiencia que ha reflejado en el libro "La esencia de la empresa familiar. Valores y comunicación".

Esta obra, editada por Plataforma Editorial, relata las experiencias personales y profesionales de más de 50 de los principales empresarios iberoamericanos procedentes de hasta 18 países de la región como los Slim, Servitje, Motta, Luksic, Sarmiento, Gilinski, Benavides, Vicini, Puig, Raventós o Pascual.

El libro ha contado también con la colaboración de Rebeca Grynspan, secretaría general de la Secretaría General

Volver al índice

Iberoamericana (Segib) en cuya sede tuvo lugar el acto de presentación en esta última semana. Allí, EL BOLETÍN conversó con Vilanova sobre cuáles son a su juicio las claves de las empresas familiares de éxito.

¿Cuáles son los motivos que justifican una obra como esta? ¿Por qué ahora este libro?

Mi madre y yo fundamos hace muchos años nuestra empresa de comunicación y, desde ahí, llevábamos ayudando durante todo este tiempo a muchas empresas familiares con tareas de comunicación externa, interna, redes sociales, etc. Pero, de repente, en algunos casos, nos hemos ido encontrando con que por disputas familiares, por conflictos por gestionar, esas compañías se han disuelto. Así, nos dimos cuenta de que había una parte de la comunicación que no estábamos tocando que era la comunicación dentro de la familia y que ésta era muy importante. Por ello, hicimos un estudio de la mano del IESE sobre qué estaban haciendo las empresas familiares que tenían éxito.

De ahí surge este libro. Surge con el propósito de inspirar a otras empresas a partir de estos casos de éxito y de cómo la comunicación y los valores se han convertido en una parte esencial de ese éxito.

¿Y cuáles serían esos elementos que las empresas familiares de éxito tienen en común?

Son empresas donde hay mucha comunicación en la familia independientemente de cuántos miembros la componen. En primer, lugar gracias al liderazgo del fundador y de los miembros de la familia. Cuando la familia es más amplia se necesita estructura la comunicación, tener herramientas, un plan y, sobre todo, como dice Marc Raventós de Codorniú, escuchar. Es necesaria una escucha activa para saber lo que requiere cada uno de los miembros de la familia.

A priori podría llamar la atención este énfasis en los factores comunicativos frente a otros como los económicos o legales...

Nos parece muy importante la comunicación porque es lo que hace tener un proyecto común y evita las desconexiones, los desencuentros o el sentir que el proyecto ya no es tuyo o que ya no te identificas con él. También porque ahora estamos en un momento muy importante de las compañías, de cambio tecnológico, digital, de globalización... Todo esto va a suponer que las empresas tendrán que tomar decisiones para hacer cosas de manera diferente a cómo se han hecho hasta ahora y cuando hay que tomar decisiones disruptivas es cuando las empresas familiares ven si sus accionistas son emprendedores o si se han ido convirtiendo en rentistas que han perdido ese espíritu creativo; ese espíritu de hacer posible lo imposible que tenían los fundadores. La comunicación también sirve para que personas de la familia que a lo mejor ya no trabajan en el día a día de la empresa sigan sintiendo el gen emprendedor.

Volver al índice

En este sentido, se suele señalar que uno de los mayores problemas para la supervivencia de este tipo de empresas es mantener ese espíritu emprendedor cuando llega el recambio generacional ¿Cuáles serían las claves para que estos procesos de sucesión tengan éxito?

Creo que la clave de estos tránsitos es involucrar a la familia de forma que sigan siendo buenos accionistas y sepan ayudar a tomar decisiones claves desde el consejo de la empresa. Para ello es muy importante involucrar a la familia desde que son pequeños y hacerles sentir que ese es un proyecto común. En muchas empresas familiares, un accionista que no trabaje en la compañía puede tener menos información que un empleado y, por ejemplo, no saber a veces cuando se lanza un nuevo producto o cuáles son los retos que la compañía está viviendo. Muchas empresas limitan la información a la asamblea anual y a prácticamente solo compartir cuáles son los beneficios y facturación de la empresa. Se olvidan de comunicar todo aquello que permite tener un vínculo fuerte con la empresa. Nosotros decimos que el vínculo fuerte con la compañía lo causan sobre todo tres factores: orgullo de pertenencia, reconocimiento social y transcendencia.

¿Nos podría explicar un poco en qué consisten?

El orgullo de pertenencia se da cuando todavía sientes que vives la compañía y te sientes orgulloso de que haga lo que hace: internacionalizarse, lanzar nuevos productos, ser más innovadora, etc. Si solo se comunican los datos financieros esto no sucede.

El reconocimiento social tiene que ver con que tu círculo de amigos, de personas con que te relaciones, conozcan lo que está haciendo la compañía y lo valoren. También es necesario sentirse involucrado en lo que hace la compañía porque hemos visto casos de accionistas que no se considera valorados al no enterarse de lo que estaba haciendo la compañía y, por ejemplo, descubren que se ha lanzado un producto porque se lo cuentan sus amigos que lo han visto antes en la televisión que ellos mismos. Entonces sienten que no se cuentan con ellos. Hay que construir un vínculo, una sensación de apoyo. Se trata de la importancia entender ese reconocimiento social, ese poder demostrar que aunque no trabajes en la compañía, sí apoyas y ayudas. A veces, por ejemplo, puede tratarse de algo tan simple como invitarles a formar parte de comisiones de comunicación o de innovación, ya que permite establecer este reconocimiento del que hablamos. O, por ejemplo, creado 'apps' para las familias que permiten compartir en tiempo real las novedades de la compañía. Esto antes se hacía con 'intranets', pero hoy ya nadie se conecta así: es demasiado aburrido, especialmente, para las nuevas generaciones.

Por último, la dimensión de transcendencia consiste en creer que la empresa ayuda a la sociedad con su crecimiento. Por ejemplo, en la mayor empresa familiar de Chile, una de las hermanas, Paola Lucksick, dice que el objetivo de las empresas no es ser la mejor empresa del mundo, sino ser la mejor empresa para el

Volver al índice

mundo. En Organización Carvajal de Colombia, una de sus 500 accionistas nos contó que se empezó a sentir orgullosa de ser parte de ella cuando descubrió lo que hacia su fundación. Esta sensación de transcendencia, de ayudar, es hoy uno de los pilares básicos de la motivación de las nuevas generaciones y es una de las maneras que tenemos de vincular a estas nuevas generaciones a vivir el proyecto empresarial.

¿Cómo cree que se puede ayudar desde las instituciones públicas a este tipo de entidades?

Empieza a haber asociaciones de empresa familiar y territoriales en todo el mundo. Por ejemplo, en España está el instituto de la Empresa Familiar o la Adefam (Asociación de Empresas Familiares de Madrid) a la que pertenezco. También vemos como este tipo de asociaciones están creciendo en Perú, Chile, Colombia o Ecuador y son súper importantes porque permiten el 'benchmarking'; permiten aprender unos con otros y de las mejores experiencias. Eso es clave para el éxito de la empresa familiar.

Creo que es importante, por tanto, que desde las instituciones se reconozca lo que aportan las empresas familiares que tienen un sentido no tanto de oportunidad como de transcendencia. Durante la crisis, en España, hemos visto como las empresas familiares seguían manteniendo más su inversión o su compromiso con los empleados respecto a otro tipo de compañías porque no tienen tanto la presión de los accionistas para el corto plazo, ya que están acostumbrados a trabajar con plazos más largos. Entonces, para las instituciones es una oportunidad tener empresas que trabajen teniendo más en cuenta el medio y el largo plazo.

¿Y para los mercados?

Precisamente, hoy salía una noticia que analizaba que el comportamiento de las empresas en Bolsa es muy positivo. Antes se utilizaba un término terrible que era el de "empresa familiar profesionalizada" en referencia a aquella en la que los familiares habían dejado la gestión y en las que los ejecutivos ya no eran los miembros de la familia. Esto es una forma de referirse a ellas que ha hecho mucho daño porque las empresas familiares son caso de éxito con gestores familiares, por ejemplo, es el caso de la familia Slim donde está toda la familia involucrada y es un caso brutal de éxito. Se está acabando con esa mala práctica de utilizar ese término y las Bolsas les empiezan a reconocer un mayor valor ¿Por qué? Pues seguramente porque en este momento de cambio generan mucha confianza las empresas que trabajan en el medio y el largo plazo.

Este está siendo el año de fenómenos como el Me Too, hay quien dice que es ya el año del feminismo... ¿Cómo se podría impulsar un mayor liderazgo femenino también aquí?

En las empresas familiares históricamente los herederos que entraban en la gestión de la compañía eran hombres. En el libro

Volver al índice

vemos como afortunadamente esto ya ha empezado a cambiar. Por ejemplo, es el caso en Ecuador de Isabelita Novoa, que es una de sus mayores empresarias. Poco a poco, las mujeres de empresas familiares tienen sus propias 'family oficce' desde dónde siguen invirtiendo y participan de manera más activa. En España, vemos como en Adolfo Dominguez acaba de asumir la función como consejera delegada Adriana Domínguez. Este tipo de situaciones que antes eran una excepción ya no lo son; si bien todavía queda mucho camino por recorrer. Progresamos adecuadamente, pero nos queda mucho camino.

¿Cree que las políticas públicas podrían jugar un papel más activo para acelerar ese progreso?

No. Aquí no es un tema de políticas públicas, sino de la sociedad y de la propia familia: de reconocimiento del enorme potencial de la mujer.

Sin embargo, antes hablaba de la importancia del 'benchmarking', de las experiencias comparadas... También aquí los estudios parecen apuntar que la visualización de más liderazgos femeninos ayudaría que se multiplicasen.

Sin duda, todo eso influye. El hecho de que haya más mujeres en Consejos de Administración hace que se considere normal y se rompan barreras, pero la decisión de quién hace la sucesión dentro de una empresa familiar es de la familia. Entonces, creo que el trabajo hay que hacerlo desde las asociaciones de empresas familiares y desde todas y cada una de las familias. Y creo que ahí son muchos los padres que ya no descartan a sus hijas como las personas más adecuadas para lograr el éxito al frente de sus compañías.

ETIQUETAS CODORNÍU EMPRESA FAMILIAR NURIA VILANOVA ATREVIA SLIM LUKSIC ADOLFO DOMÍNGUEZ ISABEL NOVOA

EL BOLETIN.com
DIARIO DE ACTUALIDAD Y FINANZAS DESDE 1992

CEAPI

https://www.elboletin.com/noticia/163926/economia/nuria-vilanova-presidenta-de-atrevia-y-de-ceapi.html

EL BOLETIN
DIARIO DE ACTUALIDAD Y FINANZAS DESDE 1992

Economía | Entrevista

Núria Vilanova, presidenta de Atrevia y de Ceapi

Nuria Vilanova

La presidenta de Atrevia y de Ceapi conversa con El BOLETÍN a raíz de la publicación del libro "La esencia de la empresa familiar. Valores y comunicación".

DAVID PEINADO

Lunes 04 de junio de 2018, 07:56h

"La sensación de transcendencia es la forma de que las nuevas generaciones vivan la empresa"

Núria Vilanova es fundadora y presidenta de la consultora de comunicación Atrevia, que cuenta con presencia en 16 países. Además, preside el Consejo Empresarial Alianza por Iberoamérica (CEAPI), conformado por cien presidentes de las mayores empresas iberoamericanas. Una experiencia que ha reflejado en el libro "La esencia de la empresa familiar. Valores y comunicación".

Esta obra, editada por Plataforma Editorial, relata las experiencias personales y profesionales de más de 50 de los principales empresarios iberoamericanos procedentes de hasta 18 países de la región como los Slim, Servitje, Motta, Luksic, Sarmiento, Gilinski, Benavides, Vicini, Puig, Raventós o Pascual.

Volver al índice

El libro ha contado también con la colaboración de Rebeca Grynspan, secretaría general de la Secretaría General Iberoamericana (Segib) en cuya sede tuvo lugar el acto de presentación en esta última semana. Allí, EL BOLETÍN conversó con Vilanova sobre cuáles son a su juicio las claves de las empresas familiares de éxito.

¿Cuáles son los motivos que justifican una obra como esta? ¿Por qué ahora este libro?

Mi madre y yo fundamos hace muchos años nuestra empresa de comunicación y, desde ahí, llevábamos ayudando durante todo este tiempo a muchas empresas familiares con tareas de comunicación externa, interna, redes sociales, etc. Pero, de repente, en algunos casos, nos hemos ido encontrando con que por disputas familiares, por conflictos por gestionar, esas compañías se han disuelto. Así, nos dimos cuenta de que había una parte de la comunicación que no estábamos tocando que era la comunicación dentro de la familia y que ésta era muy importante. Por ello, hicimos un estudio de la mano del IESE sobre qué estaban haciendo las empresas familiares que tenían éxito.

De ahí surge este libro. Surge con el propósito de inspirar a otras empresas a partir de estos casos de éxito y de cómo la comunicación y los valores se han convertido en una parte esencial de ese éxito.

¿Y cuáles serían esos elementos que las empresas familiares de éxito tienen en común?

Son empresas donde hay mucha comunicación en la familia independientemente de cuántos miembros la componen. En primer, lugar gracias al liderazgo del fundador y de los miembros de la familia. Cuando la familia es más amplia se necesita estructura la comunicación, tener herramientas, un plan y, sobre todo, como dice Marc Raventós de Codorniú, escuchar. Es necesaria una escucha activa para saber lo que requiere cada uno de los miembros de la familia.

A priori podría llamar la atención este énfasis en los factores comunicativos frente a otros como los económicos o legales...

Nos parece muy importante la comunicación porque es lo que hace tener un proyecto común y evita las desconexiones, los desencuentros o el sentir que el proyecto ya no es tuyo o que ya no te identificas con él. También porque ahora estamos en un momento muy importante de las compañías, de cambio tecnológico, digital, de globalización... Todo esto va a suponer que las empresas tendrán que tomar decisiones para hacer cosas de manera diferente a cómo se han hecho hasta ahora y cuando hay que tomar decisiones disruptivas es cuando las empresas familiares ven si sus accionistas son emprendedores o si se han ido convirtiendo en rentistas que han perdido ese espíritu creativo; ese espíritu de hacer posible lo imposible que tenían los fundadores. La comunicación también sirve para que personas

Volver al índice

de la familia que a lo mejor ya no trabajan en el día a día de la empresa sigan sintiendo el gen emprendedor.

En este sentido, se suele señalar que uno de los mayores problemas para la supervivencia de este tipo de empresas es mantener ese espíritu emprendedor cuando llega el recambio generacional ¿Cuáles serían las claves para que estos procesos de sucesión tengan éxito?

Creo que la clave de estos tránsitos es involucrar a la familia de forma que sigan siendo buenos accionistas y sepan ayudar a tomar decisiones claves desde el consejo de la empresa. Para ello es muy importante involucrar a la familia desde que son pequeños y hacerles sentir que ese es un proyecto común. En muchas empresas familiares, un accionista que no trabaje en la compañía puede tener menos información que un empleado y, por ejemplo, no saber a veces cuando se lanza un nuevo producto o cuáles son los retos que la compañía está viviendo. Muchas empresas limitan la información a la asamblea anual y a prácticamente solo compartir cuáles son los beneficios y facturación de la empresa. Se olvidan de comunicar todo aquello que permite tener un vínculo fuerte con la empresa. Nosotros decimos que el vínculo fuerte con la compañía lo causan sobre todo tres factores: orgullo de pertenencia, reconocimiento social y transcendencia.

¿Nos podría explicar un poco en qué consisten?

El orgullo de pertenencia se da cuando todavía sientes que vives la compañía y te sientes orgulloso de que haga lo que hace: internacionalizarse, lanzar nuevos productos, ser más innovadora, etc. Si solo se comunican los datos financieros esto no sucede.

El reconocimiento social tiene que ver con que tu círculo de amigos, de personas con que te relaciones, conozcan lo que está haciendo la compañía y lo valoren. También es necesario sentirse involucrado en lo que hace la compañía porque hemos visto casos de accionistas que no se considera valorados al no enterarse de lo que estaba haciendo la compañía y, por ejemplo, descubren que se ha lanzado un producto porque se lo cuentan sus amigos que lo han visto antes en la televisión que ellos mismos. Entonces sienten que no se cuentan con ellos. Hay que construir un vínculo, una sensación de apoyo. Se trata de la importancia entender ese reconocimiento social, ese poder demostrar que aunque no trabajes en la compañía, sí apoyas y ayudas. A veces, por ejemplo, puede tratarse de algo tan simple como invitarles a formar parte de comisiones de comunicación o de innovación, ya que permite establecer este reconocimiento del que hablamos. O, por ejemplo, creado 'apps' para las familias que permiten compartir en tiempo real las novedades de la compañía. Esto antes se hacía con 'intranets', pero hoy ya nadie se conecta así: es demasiado aburrido, especialmente, para las nuevas generaciones.

Por último, la dimensión de transcendencia consiste en creer que la empresa ayuda a la sociedad con su crecimiento. Por ejemplo,

Volver al índice

en la mayor empresa familiar de Chile, una de las hermanas, Paola Lucksick, dice que el objetivo de las empresas no es ser la mejor empresa del mundo, sino ser la mejor empresa para el mundo. En Organización Carvajal de Colombia, una de sus 500 accionistas nos contó que se empezó a sentir orgullosa de ser parte de ella cuando descubrió lo que hacia su fundación. Esta sensación de transcendencia, de ayudar, es hoy uno de los pilares básicos de la motivación de las nuevas generaciones y es una de las maneras que tenemos de vincular a estas nuevas generaciones a vivir el proyecto empresarial.

¿Cómo cree que se puede ayudar desde las instituciones públicas a este tipo de entidades?

Empieza a haber asociaciones de empresa familiar y territoriales en todo el mundo. Por ejemplo, en España está el instituto de la Empresa Familiar o la Adefam (Asociación de Empresas Familiares de Madrid) a la que pertenezco. También vemos como este tipo de asociaciones están creciendo en Perú, Chile, Colombia o Ecuador y son súper importantes porque permiten el 'benchmarking'; permiten aprender unos con otros y de las mejores experiencias. Eso es clave para el éxito de la empresa familiar.

Creo que es importante, por tanto, que desde las instituciones se reconozca lo que aportan las empresas familiares que tienen un sentido no tanto de oportunidad como de transcendencia. Durante la crisis, en España, hemos visto como las empresas familiares seguían manteniendo más su inversión o su compromiso con los empleados respecto a otro tipo de compañías porque no tienen tanto la presión de los accionistas para el corto plazo, ya que están acostumbrados a trabajar con plazos más largos. Entonces, para las instituciones es una oportunidad tener empresas que trabajen teniendo más en cuenta el medio y el largo plazo.

¿Y para los mercados?

Precisamente, hoy salía una noticia que analizaba que el comportamiento de las empresas en Bolsa es muy positivo. Antes se utilizaba un término terrible que era el de "empresa familiar profesionalizada" en referencia a aquella en la que los familiares habían dejado la gestión y en las que los ejecutivos ya no eran los miembros de la familia. Esto es una forma de referirse a ellas que ha hecho mucho daño porque las empresas familiares son caso de éxito con gestores familiares, por ejemplo, es el caso de la familia Slim donde está toda la familia involucrada y es un caso brutal de éxito. Se está acabando con esa mala práctica de utilizar ese término y las Bolsas les empiezan a reconocer un mayor valor ¿Por qué? Pues seguramente porque en este momento de cambio generan mucha confianza las empresas que trabajan en el medio y el largo plazo.

Este está siendo el año de fenómenos como el Me Too, hay quien dice que es ya el año del feminismo... ¿Cómo se podría impulsar un mayor liderazgo femenino también aquí?

Volver al índice

En las empresas familiares históricamente los herederos que entraban en la gestión de la compañía eran hombres. En el libro vemos como afortunadamente esto ya ha empezado a cambiar. Por ejemplo, es el caso en Ecuador de Isabelita Novoa, que es una de sus mayores empresarias. Poco a poco, las mujeres de empresas familiares tienen sus propias 'family oficce' desde dónde siguen invirtiendo y participan de manera más activa. En España, vemos como en Adolfo Dominguez acaba de asumir la función como consejera delegada Adriana Domínguez. Este tipo de situaciones que antes eran una excepción ya no lo son; si bien todavía queda mucho camino por recorrer. Progresamos adecuadamente, pero nos queda mucho camino.

¿Cree que las políticas públicas podrían jugar un papel más activo para acelerar ese progreso?

No. Aquí no es un tema de políticas públicas, sino de la sociedad y de la propia familia: de reconocimiento del enorme potencial de la mujer.

Sin embargo, antes hablaba de la importancia del 'benchmarking', de las experiencias comparadas... También aquí los estudios parecen apuntar que la visualización de más liderazgos femeninos ayudaría que se multiplicasen.

Sin duda, todo eso influye. El hecho de que haya más mujeres en Consejos de Administración hace que se considere normal y se rompan barreras, pero la decisión de quién hace la sucesión dentro de una empresa familiar es de la familia. Entonces, creo que el trabajo hay que hacerlo desde las asociaciones de empresas familiares y desde todas y cada una de las familias. Y creo que ahí son muchos los padres que ya no descartan a sus hijas como las personas más adecuadas para lograr el éxito al frente de sus compañías.

ETIQUETAS ENTREVISTA CODORNÍU EMPRESA FAMILIAR NURIA VILANOVA ATREVIA SLIM LUKSIC ADOLFO DOMÍNGUEZ ISABEL NOVOA

ENTREVISTA CON NÚRIA VILANOVA

EL DIARIO MONTAÑÉS

23/06/2018

CEAPI

AREA (cm2): 7,1382 OCUPACIÓN: 68,4% V.PUB.: 3684€ NOTICIAS DE CEAL

«Cantabria no puede dejar pasar el potente mercado de Iberoamérica»

Mar Gómez Casuso asume la presidencia de la delegación cántabra del Consejo Empresarial Alianza por Iberoamérica (Ceapi), que se presenta el lunes ante una veintena de empresarios

:: ISABEL AROZAMENA

SANTANDER. Las oportunidades de negocio en Iberoamérica son «bastante importantes», y así lo entiende el Consejo Empresarial Alianza por Iberoamérica (Ceapi), que preside Núria Vilanova, y que acaba de abrir una delegación en Cantabria a cuyo frente se encuentra Mar Gómez Casuso. La consejera delegada de Industrias Hergom ya tiene experiencia con este mercado «complicado, pero que no debemos dejar pasar» por las oportunidades que presenta, teniendo en cuenta «los lazos que nos unen, como el idioma».

La asociación, que tiene como objetivo estrechar lazos comerciales con Iberoamérica, se presentará en Cantabria en un acto que se desarrollará el próximo lunes en el restaurante Deluz, a partir de las 9.30 horas, al que han sido invitados una veintena de empresarios de la comunidad autónoma.

«Tenemos que ayudar a las empresas, sobre todo a las más pequeñas, a explorar este mercado tan potente», adelantó Gómez Casuso a El Diario. La consejera delegada de Industrias Hergom será la encargada de explicar las oportunidades de negocio en estos países, así como los aspectos más complicados relativos a la situación política que se vive y a la diferente cultura a la hora de abordar un proyecto.

Uno de los objetivos de Ceapi es precisamente actuar como palanca para que las empresas salgan al exterior para crecer y desarrollarse. «Es un mercado difícil que está cambiando mucho», precisó Gómez Casuso, pero que una vez una empresa consigue asentarse implica un despegue comercial. Además, Iberoamérica «está deseando tener contacto con empresas españolas».

En la reunión del lunes los asistentes pondrán en común experiencias para «crear sinergias» y así hacer más fácil el comercio exterior, además de poder plantear sus dudas. El fabricante de estufas Hergom tiene una delegación en México y trabaja asiduamente con Chile, Guatemala y Perú. «Nuestra experiencia es buena, aunque es un mercado complicado y hay que encontrar los contactos adecuados», precisó Gómez Casuso, que anima sin dudarlo a las empresa cántabras «a salir al exterior aunque sea costoso». Es aquí donde interviene la asociación para paliar estas dificultades.

Cantabria tiene relaciones comerciales con Iberoamérica en ámbitos como las conserveras, ingenierías, constructoras, tecnología y productos de consumo. Todo lo que sea intensificar este mercado, resaltó Gómez Casuso, «redundará en un mayor desarrollo de la comunidad».

22 oportunidades

Ceapi se creó en 2014 y su presidenta nacional, Núria Vilanova, destaca la importancia del mercado iberoamericano, no solo de los países más grandes, sino de otros más pequeños. «Son 22 países y, por lo tanto, 22 oportunidades», indicó. Puso como ejemplo que Paraguay y República Dominicana tienen crecimientos de sus economías del 5-7% en los últimos siete años. La reunión del lunes se enmarca en una ronda de visitas por las comunidades para explicar a los empresarios los objetivos de la asociación.

El objetivo del encuentro es intercambiar opiniones y experiencias sobre el entorno empresarial iberoamericano, examinar la internacionalización de las empresas cántabras en Latinoamérica y las relaciones comerciales inversoras y comerciales del tejido empresarial de Cantabria con la región iberoamericana. Asistirán al encuentro empresarios y altos ejecutivos de importantes empresas de Cantabria y representantes de la Cámara de Comercio, CEOE, Sodercán y la Empresa Familiar de Cantabria.

Red de relaciones

Ceapi es una asociación compuesta por más de 120 presidentes y consejeros delegados de empresas españolas, entre ellas las más importantes del país, con intereses en Latinoamérica y que ha abierto sus puertas a presidentes de empresas latinoamericanas que apuestan por fortalecer la red de relaciones en Iberoamérica.

Para Vilanova, se trata de «empresarios comprometidos» con el espacio empresarial iberoamericano cuyo principal objetivo es fomentar el desarrollo económico y social mediante el intercambio de experiencias, el estímulo a la inversión y la integración. Este proyecto responde a una realidad para las empresas que es Iberoamérica. Ceapi tiene la vocación de reforzar las relaciones en la región, apoyar a las empresas y crear vínculos de amistad entre los grandes líderes iberoamericanos.

Entre sus actividades se encuentra la organización de un congreso empresarial iberoamericano bianual, que el pasado año se celebró por primera vez y reunió a 470 empresarios, 198 de ellos de países de América Latina. También contempla la entrega del Premio Enrique V. Iglesias al desarrollo del Espacio Empresarial Iberoamericano, que este año cumple su quinta edición durante el Encuentro Empresarial de la Cumbre Iberoamericana en La Antigua (Guatemala), que se desarrollará los días 15 y 16 de noviembre de 2018.

Mar Gómez Casuso, consejera delegada de Industrias Hergom. :: ROBERTO RUIZ

México, principal destino cántabro

Un total de 342 empresas cántabras tienen actividad exportadora hacia Latinoamérica, según datos de Sodercán de 2017. México fue el primer destino, seguido de Brasil, Chile, Argentina y Venezuela. La región, que tiene implantación empresarial en 13 países de esta zona, vendió bienes por un importe de 171 millones de euros. El sector que presenta mayor porcentaje de exportaciones es el industrial y tecnología, con el 87%. Los principales productos exportados son componentes de automóvil, químicos-plásticos, fundición de hierro y acero, aparatos mecánicos y material eléctrico. El sector que más crece es el agroalimentario.

Volver al índice

EL DIARIO MONTAÑÉS

26/06/2018

CEAPI

AREA (cm2): 7,2452 OCUPACIÓN: 69,4% V.PUB.: 3721€ NOTICIAS DE CEAL

De izquierda a derecha, Mar Gómez Casuso, Nuria Vilanova y Marilyn Cochamanidis. :: ALBERTO AJA

«Una mano amiga para las empresas cántabras que vayan a Iberoamérica»

Nuria Vilanova, presidenta de Ceapi, presentó ayer la asociación en Santander acompañada por Mar Gómez Casuso

:: MARÍA ÁNGELES SAMPERIO

SANTANDER. Son muchas las empresas cántabras que se han dejado atraer por el mercado de América Latina y otras lo están valorando. Ayer, algunas de ellas han podido comprobar que estos países están deseando encontrar conexiones para mejorar sus ventas en el exterior y mejorar su internacionalización. La oportunidad se la proporcionó la presentación en Santander del Consejo Empresarial Alianza por Iberoamérica (Ceapi) que nació en 2014 y que preside Nuria Vilanova. «Vamos más allá de la introducción en el país, somos una mano amiga para las empresas que vayan a Iberoamérica», recuerda Vilanova que participó en el acto con diferentes empresarios cántabros y con representantes de CEOE, Cámara de Comercio y Sodercán, de la mano de la presidenta de Ceapi en Cantabria, Mar Gómez Casuso.

La asociación se está mostrando en la práctica como una herramienta necesaria para que las empresas se sientan más apoyadas cuando quieren salir al exterior. «La lengua en Iberoamérica es común, pero la realidad económica y social es diferente y tener una relación en los países a los que se acude es fundamental», explica la presidenta de Ceapi. Además, está el interés de los países de Latinoamérica por los productos españoles y «porque es la plataforma ideal para poder entrar en Europa y también en África», valora Vilanova. «Vamos más allá que las misiones comerciales a los diferentes países», apunta Gómez Casuso que destaca que ahora los gobiernos están apostando por la salida al exterior de las empresas y que las embajadas y consulados están ayudando, pero la oportunidad que se ofrece desde Ceapi «ayuda a quitar el miedo».

«España se ve como la posibilidad de llegar no sólo al país sino a Europa y África»

«La asociación ayuda en la práctica empresarial y en la relación entre países, lo que es importante a la hora de implantarse o de hacer negocio», comenta Marilyn Cochamanidis, presidenta de Ceapi Bolivia, que acudió al encuentro de Santander y que fue uno de los 20 empresarios que estuvieron presentes en el congreso que se celebró en Madrid.

En cuanto a la presencia de mujeres en los puestos de responsabilidad en Ceapi, las tres directivas se mostraron partidarias de avanzar, lo que se está consiguiendo con la mayor presencia femenina al frente de las empresas. «Antes en las empresas familiares se preparaba al hijo para hacerse cargo del negocio y a la hija, de la fundación para temas sociales. Esto está cambiando», apunta Vilanova. «Hay que contar los ejemplos a las jóvenes, como se está haciendo con el proyecto Stem Talent Girl de Cantabria», añade Gómez Casuso.

Ceapi es una asociación compuesta por más de 120 presidentes y consejeros delegados de empresas españolas, entre ellas las más importantes del país que están en el Ibex 35, con intereses en Latinoamérica y que ha abierto sus puertas a presidentes de empresas latinoamericanas que apuestan por fortalecer la red de relaciones. Entre sus actividades se encuentra la organización de un congreso empresarial iberoamericano bianual, que el pasado año se celebró por primera vez y reunió a 470 empresarios en Madrid, 198 de ellos de países de América Latina. Este año toca cumbre empresarial iberoamericana, en noviembre, en La Antigua (Guatemala).

342 empresas de la región están ya en América Latina

En 2017 un total de 342 empresas cántabras tenían actividad exportadora hacia América Latina, según datos de Sodercán. México fue el primer destino de ventas exteriores, seguido de Brasil, Chile, Argentina y Venezuela. La balanza comercial de la región con esta zona ha sido positiva en los últimos 10 años, excepto en 2016, aunque la tendencia es a equilibrar la balanza, según el ICEX.

El sector que representa mayor porcentaje de exportaciones es el de productos industriales y tecnología, que representa el 87% de esas exportaciones. Los principales productos exportados son componentes de automóvil, productos químicos y plásticos, fundición de hierros y aceros, aparatos mecánicos y material eléctrico. El sector que más viene creciendo es el de los productos agroalimentarios.

Cantabria vendió en 2017 a América Latina bienes por un importe de 171 millones de euros e importó 146 millones, según los datos del ICEX.

Volver al índice

El presidente de Pan American Energy, Alejandro Bulgheroni, distinguido con el V 'Premio Enrique V. Iglesias'

original

- ***Se ha otorgado además un "Premio Especial", que ha recaído en Enrique García Rodríguez***
- ***Los premios serán entregados durante la próxima XXVI Cumbre Iberoamericana***

El jurado del Premio Enrique V. Iglesias al Desarrollo del Espacio Empresarial Iberoamericano ha decidido por unanimidad otorgar la quinta edición del galardón al empresario argentino Alejandro Bulgheroni, ingeniero petrolero y presidente Pan American Energy. Además, y por primera vez, se ha acordado entregar un "Premio Especial", con el que ha sido distinguido el empresario boliviano Luis Enrique García Gutierrez, ex presidente de CAF-Banco de Desarrollo de América Latina.

Los premios serán entregados durante el Encuentro Empresarial que se celebrará en el marco de la próxima XXVI Cumbre Iberoamericana, a desarrollarse en La Antigua (Guatemala) del 14 y el 16 de noviembre.

El jurado del premio ha destacado, al decidir otorgar el galardón a Alejandro Bulgheroni, su contribución al desarrollo de la economía argentina, su esfuerzo por impulsar la imagen de su país en el exterior, su apoyo a la mejora de las relaciones España-Argentina y su empeño en promover las buenas relaciones en toda la región iberoamericana.

El jurado, además, ha valorado de manera especial el compromiso social de Bulgheroni, quien, a través de su empresa ha liderado importantes causas filantrópicas, principalmente en las áreas de educación, cultura y deporte en las comunidades cercanas a los centros donde opera su compañía, así como las desarrolladas a través de la Fundación Educando.

Bulgheroni heredó la compañía Bridas & Corp. de sus padres, y desde ese momento emprendió nuevas alianzas, inversiones y desarrollos que llevaron a la fusión y creación de Pan American Energy, empresa que en la actualidad es la primera productora privada de hidrocarburos de Argentina y opera en las cuatro principales cuencas del

Volver al índice

país. La compañía aporta el 18% de los hidrocarburos producidos en territorio argentino y da empleo a más de 12.000 personas entre personal propio y contratistas.

"Es un honor para mí recibir esta distinción y ser el primer argentino que integra esta lista de figuras relevantes del quehacer empresarial latinoamericano. Desde donde me toque estar, siempre contribuiré al fin de unir Iberoamérica y conseguir que sea un mejor espacio común para las generaciones venideras", ha señalado Bulgheroni tras ser informado del fallo del jurado.

Premio Especial a Enrique García Rodríguez

Por otro lado, y por primera vez, el jurado ha acordado otorgar un "Premio Especial", con el que se ha distinguido a Enrique García Rodríguez, economista boliviano y presidente del Banco de Desarrollo para América Latina CAF durante más de 25 años (1991-2017).

Este galardón reconoce su brillante trayectoria profesional y la gran labor que desempeñó en CAF para promover el desarrollo de los países latinoamericanos, así como sus acciones en pro de una mayor relación de la región con España y su compromiso con el espacio empresarial común. Al conceder el premio, el jurado ha aludido de forma especial a su contribución a la construcción de lazos entre los países iberoamericanos y a su aportación a una visión económica global que ha permitido impulsar de modo efectiva las relaciones empresariales en nuestra Comunidad.

Para Núria Vilanova, presidenta de CEAPI, "tanto Bulgheroni como García son modelos representativos de cómo trabajar en favor de Iberoamérica, aportando valor al espacio empresarial, económico y social conjunto y contribuyendo al desarrollo de nuestras naciones". "Ambos sobresalen, con enorme mérito y en facetas distintas, en el empeño de impulsar una Comunidad Iberoamericana más unida. Han contribuido con su ejemplo a marcar el camino para el desarrollo de nuestras sociedades y a consolidar nuestra Comunidad, llamada a acrecentar su protagonismo en el escenario global", ha añadido Vilanova.

Bulgheroni fue presentado por Alejandro Aznar, presidente de Naviera Ibaizábal. Por su parte, la candidatura de García fue defendida por Miguel Navarro, vicepresidente regional de Banco Bisa.

Volver al índice

El Noticiero desde 1993

La fundadora y presidenta de Atrevia, Núria Vilanova, protagonista del V Foro Igualmente de la Diputación

04/06/2018

Compartir

Núria Vilanova, fundadora y presidenta de Atrevia, la mayor consultora de comunicación de España, ha sido la protagonista del V Foro Igualmente, una iniciativa impulsada por la Delegación de Igualdad e Innovación Social de la Diputación de Málaga, dirigida a directivos y empresarios, con la colaboración de la revista digital Yo Soy Mujer, que aborda un caso de éxito profesional y personal.

Con el objeto de conseguir la igualdad real entre hombres y mujeres en todos los aspectos sociales y reducir la brecha salarial de género que existe en el país, el ente supramunicipal reúne periódicamente en un desayuno a distintas ponentes que aportan sus conocimientos y experiencias con el mundo empresarial con la finalidad de crear también redes de networking entre las asistentes.

En este sentido, la vicepresidenta y diputada de Igualdad e Innovación, Ana Mata, ha incidido en que "es fundamental la realización de estos foros en los que se pone de manifiesto las buenas prácticas de directivas que están realizando su labor y sirvan para el empoderamiento de empresarias de la provincia y, a su vez, como modelos para otras mujeres".

Además, ha destacado el "buen" resultado que están obteniendo, "ya que en las ediciones anteriores se ha superado el centenar de participantes, lo que demuestra el interés del tejido asociativo malagueño por buscar soluciones y reducir la brecha salarial de género".

El encuentro de este lunes ha tenido lugar en el hotel Double Tree by Hilton en la Reserva del Higuerón, en el municipio malagueño de Fuengirola, y ha contado con la presencia de la vicepresidenta y diputada de Igualdad e Innovación y de la diputada del grupo Ciudadanos, Teresa Pardo.

La protagonista del encuentro ha sido Núria Vilanova, fundadora y presidenta de Atrevia, una consultora de comunicación, que tiene más de 28 años de experiencia en el sector, cuyo objetivo es liderar la comunicación en idioma español y portugués y está formada por un equipo de más de 350 personas con oficinas en España, Portugal, Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, México, Perú, Paraguay, Puerto Rico, República Dominicana, Bruselas, Miami y Washington DC.

Durante el desayuno se ha estudiado el caso de esta empresaria que forma parte de las Top 100 mujeres en España, de las 20 directivas líderes en Yo Dona o de las diez CEO más influyentes en las redes sociales españolas. Además, es presidenta del Consejo Empresarial Alianza por Iberoamérica (Ceapi), entre otras organizaciones.

Su perfil profesional se caracteriza por el compromiso con el desarrollo de conocimiento, de plataformas empresariales y de la responsabilidad social.

Asimismo, es fundadora y co-presidenta del Foro del Buen Gobierno y Accionariado, creado en colaboración con la escuela de negocios Iese-Irco, fundadora y co-presidenta del Observatorio de Comunicación Interna e Identidad Corporativa, con la escuela de negocios Instituto de Empresa.

En 2017 recibió el Individual Outstanding Achievement Award en la gala de los Sabre EMEA, premio otorgado por The Holmes Report que reconoce a los mejores profesionales del mundo de la comunicación en Europa, Oriente Medio y África.

También ha sido condecorada con la Cruz de Oficial de Isabel la Católica en 2016 y reconocida con otros numerosos premios como el Máster de Oro del Fórum de Alta Dirección en 2014, el Premio IWEC (International Women Entrepreneurial Challenge) en 2009, el Premio Fidem a la Mujer Emprendedora en 2008, el Premio Fedepe a la Mujer Empresaria en 2007, el Premio al Emprendedor del año de ESIC en 2002 y el de Joven Empresaria otorgado por AJE Actualidad Económica en 2001.

Volver al índice

europa press

CEAPI

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=3158&comps_id=160535372

Buscar

mercadofinanciero | europa press

Abonados

Latinoamérica se consolida como mercado de exportación e inversión de las empresas cántabras

Publicado 25/06/2018 15:49:35 CET

Las firmas cántabras tienen presencia en 13 países de Iberoamérica y más de 340 compañías de la comunidad exportan productos a esa región

SANTANDER, 25 Jun. (EUROPA PRESS) -

Latinoamérica "se consolida como uno de los grandes mercados de internacionalización" para las empresas de Cantabria, con México, Chile, Colombia, Brasil y Perú como destinos preferidos para unas compañías que han elevado su presencia en la región de forma notable en los últimos años; y "todo apunta" a que la apuesta cántabra por la región crecerá en los próximos años.

Esta ha sido una de las principales conclusiones del desayuno-coloquio 'Iberoamérica Empresarial' que el Consejo Empresarial Alianza por Iberoamérica (CEAPI) ha celebrado este lunes en Santander con la asistencia de una treintena de socios de CEAPI y empresarios y altos ejecutivos de la región, así como de la directora general de Sodercan.

Según los datos con los que trabaja la Sociedad para el Desarrollo de Cantabria (Sodercan) 342 empresas cántabras tenían actividad exportadora hacia Latinoamérica en 2017. México es el primer destino de las ventas exteriores de la región, seguido de Brasil, Chile y Argentina.

La balanza comercial de Cantabria con la región ha sido positiva para la comunidad autónoma en los últimos 10 años, excepto en 2016.
Cantabria vendió en 2017 a América Latina bienes por un importe de 171 millones de euros e importó de América Latina 146 millones de euros.

La región latinoamericana representa el 7% del total de las exportaciones e importaciones cántabras. Las compañías cántabras tienen presencia en 13 países de América Latina, siendo México, Colombia y Chile los que cuentan con mayor número, ha informado CEAPI en nota de prensa.

DESAYUNO COLOQUIO

En el encuentro, en el que la CEO de Industrias Hergom y vicepresidenta de ACEFAM, Mar Gómez-Casuso, se ha presentado como nueva integrante del Consejo Directivo de CEAPI y presidenta del organismo en Cantabria, los asistentes han intercambiado experiencias sobre la internacionalización de empresas de la comunidad autónoma en Latinoamérica y compartido iniciativas con la vista puesta en el futuro.

El coloquio ha contado además, con la presencia de la presidenta de CEAPI y de la consultora ATREVIA, Nuria Vilanova; del presidente de CEOE-Cepyme Cantabria, Lorenzo

Volver al índice

A

Vidal de la Peña; de la directora general de Sodercan, Iciar Anorrortu; de la responsable del Área Internacional de la Cámara de Cantabria, Blanca Gómez; de la presidenta de la Empresa Familiar de Cantabria, Paloma Fernández y de la presidenta de CEAPI en Bolivia, Marilyn Cochamanidis.

Mar Gómez-Casuso ha destacado que "Iberoamérica es una oportunidad para las empresas cántabras, como demuestran los datos de intercambio comercial" y ha enfatizado que "la lengua común contribuye de manera significativa a unir lazos". "Las empresas de Cantabria no pueden desaprovechar la oportunidad de Latinoamérica en un mundo cada vez más globalizado", ha indicado.

Por su parte, la presidenta de CEAPI, Núria Vilanova, que ha aprovechado para presentar este organismo de 115 socios con presidentes en cada uno de los países de Latam, ha destacado que para la internacionalización en la región "es fundamental forjar relaciones de confianza y asociación con empresarios locales, porque hay realidades que no se captan aunque se disponga de la mejor información".

"Iberoamérica está compuesta por 22 países muy diversos que hay que conocer. Muchas veces las grandes oportunidades están en las naciones que más desconocemos", ha resaltado Vilanova, para destacar que CEAPI nació con esa idea de vincular empresarios, respaldar alianzas de negocio e impulsar el conocimiento de esos mercados.

"CEAPI surgió con la idea de estar formada por presidentes de compañías para fijar esa relación de confianza a primer nivel", ha dicho. Y en esa idea abundó la presidenta de CEAPI en Bolivia, Marilyn Cochamanidis, que ha animado a "aprovechar el potencial de Latinoamérica para invertir atendiendo la diversidad de cada país".

Por su parte, la directora general de Sodercan, Iciar Anorrortu, ha destacado la importancia de los mercados de Latinoamérica y la necesidad de que organismos como el que dirige y la Cámara de Comercio trabajen de forma coordinada "para ayudar a impulsar la apertura a mercados internacionales de las empresas de Cantabria", notablemente a destinos de Latinoamérica.

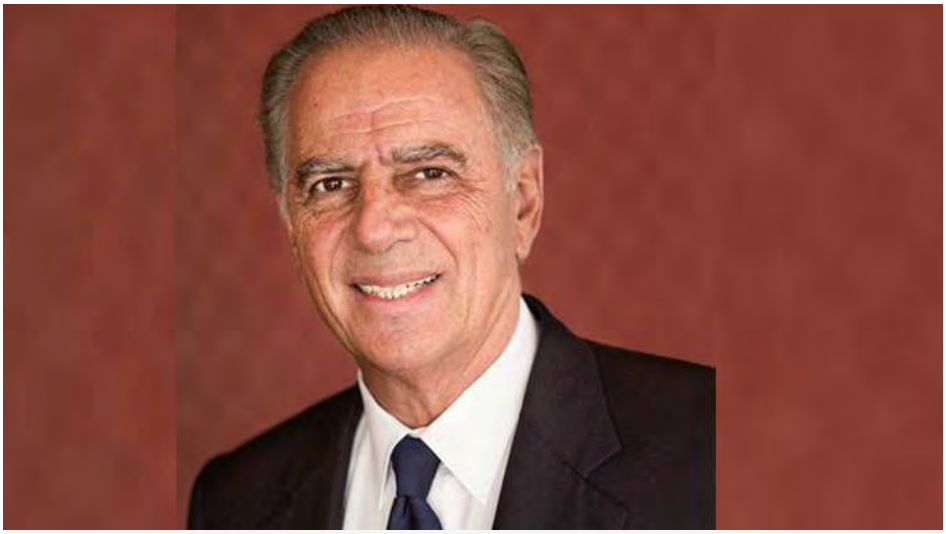
Amorrortu ha recordado que desde Sodercan se han promovido misiones comerciales a varios países, entre ellos México, Cuba, Chile y Perú y ha anunciado una nueva iniciativa para fomentar la sensibilización hacia el exterior mediante un programa de iniciación a las exportaciones para las empresas más pequeñas de la comunidad autónoma.

El Consejo Empresarial Alianza por Iberoamérica, CEAPI, es una organización constituida por empresarios comprometidos con el Espacio Empresarial Iberoamericano cuyo principal objetivo es fomentar el desarrollo económico y social mediante el intercambio de experiencias, el estímulo a la inversión y la integración.

Volver al índice

El argentino Alejandro Bulgheroni gana el 'Premio Enrique V. Iglesias'

27/06/2018 Redacción Internacional



Alejandro Bulgheroni, presidente de Pan American Energy, ha sido galardonado con el 'Premio Enrique V. Iglesias al Desarrollo del Espacio Empresarial Iberoamericano'.

El presidente Pan American Energy ha destacado por su Desarrollo del Espacio Empresarial Iberoamericano.

El jurado del '**Premio Enrique V. Iglesias al Desarrollo del Espacio Empresarial Iberoamericano**' ha decidido por unanimidad otorgar la quinta edición del galardón al empresario argentino **Alejandro Bulgheroni**, ingeniero petrolero y presidente de **Pan American Energy**. Además, y por primera vez, se ha acordado entregar un "**Premio Especial**", con el que ha sido distinguido el empresario

Enrique García Rodríguez, expresidente del Banco de Desarrollo para América Latina CAF, ha sido distinguido con un "Premio Especial".

boliviano **Luis Enrique García Rodríguez**, expresidente de CAF-Banco de Desarrollo de América Latina.

Los premios serán entregados durante el **Encuentro Empresarial** que se celebrará en el marco de la próxima **XXVI Cumbre Iberoamericana**, a desarrollarse en **La Antigua** (Guatemala) del 14 y el 16 de noviembre.

El jurado del premio ha destacado, al decidir otorgar el galardón a **Alejandro Bulgheroni**, su contribución al desarrollo de la **economía argentina**, su esfuerzo por impulsar la imagen de su país en el exterior, su apoyo a la mejora de las **relaciones España-Argentina** y su empeño en promover las buenas relaciones en toda la **región iberoamericana.**

El jurado, además, ha valorado de manera especial el **compromiso social** de **Bulgheroni**, quien, a través de su empresa ha liderado importantes causas filantrópicas, principalmente en las áreas de educación, cultura y deporte en las comunidades cercanas a los centros donde opera su compañía, así como las desarrolladas a través de la**Fundación Educando**.

Bulgheroni heredó la compañía **Bridas & Corp**. de sus padres, y desde ese momento emprendió nuevas alianzas, inversiones y desarrollos que llevaron a la fusión y creación de **Pan American Energy**, empresa que en la actualidad es la primera productora privada de hidrocarburos de Argentina y opera en las cuatro principales cuencas del país. La compañía aporta el 18 por ciento de los hidrocarburos producidos en territorio argentino y da empleo a más de **12.000 personas entre personal propio y contratistas.**

"Es un honor para mí recibir esta distinción y ser el primer argentino que integra esta lista de figuras relevantes del quehacer **empresarial latinoamericano**. Desde donde me toque estar, siempre contribuiré al fin de unir **Iberoamérica** y conseguir que sea un mejor espacio común para las generaciones venideras", ha señalado **Bulgheroni** tras ser informado del fallo del jurado.

Premio Especial a Enrique García Rodríguez

Por otro lado, y por primera vez, el jurado ha acordado otorgar un "**Premio Especial**", con el que se ha distinguido a **Enrique García Rodríguez**, economista boliviano y presidente del **Banco de Desarrollo para América Latina CAF durante más de 25 años** (1991-2017).

Este galardón reconoce su brillante trayectoria profesional y la gran labor que desempeñó en **CAF** para promover el desarrollo de los países latinoamericanos, así como sus acciones en pro de una mayor relación de la región con España y su compromiso con el espacio empresarial común. Al conceder el premio, el jurado ha aludido de forma especial a su contribución a la construcción de lazos entre los **países iberoamericanos** y a su aportación a una visión económica global que ha permitido impulsar de modo efectiva las **relaciones empresariales en nuestra comunidad**.

Para **Núria Vilanova**, presidenta de CEAPI, "tanto Bulgheroni como García son modelos representativos de cómo trabajar en favor de Iberoamérica, aportando valor al espacio empresarial, económico y social conjunto y **contribuyendo al desarrollo de nuestras naciones**".

"Ambos sobresalen, con enorme mérito y en facetas distintas, en el empeño de impulsar una **Comunidad Iberoamericana** más unida. Han contribuido con su ejemplo a marcar el camino para el desarrollo de nuestras sociedades y a consolidar nuestra Comunidad, llamada a acrecentar su protagonismo en el escenario global", ha añadido **Vilanova**.

Bulgheroni fue presentado por **Alejandro Aznar**, presidente de Naviera Ibaizábal. Por su parte, la candidatura de **García** fue defendida por **Miguel Navarro**, vicepresidente regional de Banco Bisa.

Volver al índice

Galardón honorífico a empresarios ejemplares

El **'Premio Enrique V. Iglesias al Desarrollo del Espacio Empresarial Iberoamericano' está** organizado con el soporte del **Consejo Empresarial Alianza por Iberoamérica (CEAPI)** y la colaboración de grandes personalidades del mundo institucional, económico y empresarial iberoamericano. Es un reconocimiento de carácter honorífico que se convoca anualmente y se entrega de forma alterna en Madrid y en la ciudad designada para la celebración de la **Cumbre Iberoamericana**, organizada por la **Secretaría General Iberoamericana (Segib)** cada dos años.

El galardón es, asimismo, un **reconocimiento a la figura de Enrique V, Iglesias** , presidente de honor de **CEAPI**, y luchador incansable de la causa iberoamericana durante su dilatada trayectoria como presidente del BID primero, y luego como **primer secretario general iberoamericano**. La distinción destaca y honra el trabajo de personalidades que contribuyen de forma extraordinaria a la evolución y desarrollo de los países iberoamericanos, al incremento de los lazos entre las naciones de la **Comunidad Iberoamericana** y al fomento de la relación entre los países mediante la actividad económica, inversiones conjuntas y promoción del comercio.

En anteriores ediciones fueron galardonados el empresario mexicano **Valentín Díez Morodo;** el banquero y filántropo colombiano **Luis Carlos Sarmiento** y el empresario y filántropo hispano-mexicano **Plácido Arango**. Todos ellos fueron distinguidos por su trayectoria empresarial, liderazgo, compromiso social y apoyo a la expansión empresarial. **Su Majestad Felipe VI hizo entrega del reconocimiento en todas las ocasione**s.

ALEJANDRO BULGHERONI | BANCO DE DESARROLLO DE AMÉRICA LATINA (CAF) | CONSEJO EMPRESARIAL ALIANZA POR IBEROAMÉRICA (CEAPI) | LUIS ENRIQUE GARCÍA RODRÍGUEZ | PAN AMERICAN ENERGY | PREMIO ENRIQUE V. IGLESIAS

Enrique García Rodríguez, expresidente del Banco de Desarrollo para América Latina CAF, ha sido distinguido con un "Premio Especial".

boliviano **Luis Enrique García Rodríguez**, expresidente de CAF-Banco de Desarrollo de América Latina.

Los premios serán entregados durante el **Encuentro Empresarial** que se celebrará en el marco de la próxima **XXVI Cumbre Iberoamericana**, a desarrollarse en **La Antigua** (Guatemala) del 14 y el 16 de noviembre.

El jurado del premio ha destacado, al decidir otorgar el galardón a **Alejandro Bulgheroni**, su contribución al desarrollo de la **economía argentina**, su esfuerzo por impulsar la imagen de su país en el exterior, su apoyo a la mejora de las **relaciones España-Argentina** y su empeño en promover las buenas relaciones en toda la **región iberoamericana.**

El jurado, además, ha valorado de manera especial el **compromiso social** de **Bulgheroni**, quien, a través de su empresa ha liderado importantes causas filantrópicas, principalmente en las áreas de educación, cultura y deporte en las comunidades cercanas a los centros donde opera su compañía, así como las desarrolladas a través de la**Fundación Educando**.

Bulgheroni heredó la compañía **Bridas & Corp**. de sus padres, y desde ese momento emprendió nuevas alianzas, inversiones y desarrollos que llevaron a la fusión y creación de **Pan American Energy**, empresa que en la actualidad es la primera productora privada de hidrocarburos de Argentina y opera en las cuatro principales cuencas del país. La compañía aporta el 18 por ciento de los hidrocarburos producidos en territorio argentino y da empleo a más de **12.000 personas entre personal propio y contratistas.**

"Es un honor para mí recibir esta distinción y ser el primer argentino que integra esta lista de figuras relevantes del quehacer **empresarial latinoamericano**. Desde donde me toque estar, siempre contribuiré al fin de unir **Iberoamérica** y conseguir que sea un mejor espacio común para las generaciones venideras", ha señalado **Bulgheroni** tras ser informado del fallo del jurado.

Premio Especial a Enrique García Rodríguez

Por otro lado, y por primera vez, el jurado ha acordado otorgar un "**Premio Especial**", con el que se ha distinguido a **Enrique García Rodríguez**, economista boliviano y presidente del **Banco de Desarrollo para América Latina CAF durante más de 25 años** (1991-2017).

Este galardón reconoce su brillante trayectoria profesional y la gran labor que desempeñó en **CAF** para promover el desarrollo de los países latinoamericanos, así como sus acciones en pro de una mayor relación de la región con España y su compromiso con el espacio empresarial común. Al conceder el premio, el jurado ha aludido de forma especial a su contribución a la construcción de lazos entre los **países iberoamericanos** y a su aportación a una visión económica global que ha permitido impulsar de modo efectiva las **relaciones empresariales en nuestra comunidad**.

Para **Núria Vilanova**, presidenta de CEAPI, "tanto Bulgheroni como García son modelos representativos de cómo trabajar en favor de Iberoamérica, aportando valor al espacio empresarial, económico y social conjunto y **contribuyendo al desarrollo de nuestras naciones**".

"Ambos sobresalen, con enorme mérito y en facetas distintas, en el empeño de impulsar una **Comunidad Iberoamericana** más unida. Han contribuido con su ejemplo a marcar el camino para el desarrollo de nuestras sociedades y a consolidar nuestra Comunidad, llamada a acrecentar su protagonismo en el escenario global", ha añadido **Vilanova**.

Bulgheroni fue presentado por **Alejandro Aznar**, presidente de Naviera Ibaizábal. Por su parte, la candidatura de **García** fue defendida por **Miguel Navarro**, vicepresidente regional de Banco Bisa.

Volver al índice

La fundadora y presidenta de Atrevia, Núria Vilanova, protagonista del V Foro Igualmente de la Diputación - IEVENN

medios • original

Con el objeto de conseguir la igualdad real entre hombres y mujeres en todos los aspectos sociales y reducir la brecha salarial de género que existe en el país, el ente supramunicipal reúne periódicamente en un desayuno a distintas ponentes que aportan sus conocimientos y experiencias con el mundo empresarial con la finalidad de crear también redes de networking entre las asistentes.

En este sentido, la vicepresidenta y diputada de Igualdad e Innovación, Ana Mata, ha incidido en que "es fundamental la realización de estos foros en los que se pone de manifiesto las buenas prácticas de directivas que están realizando su labor y sirvan para el empoderamiento de empresarias de la provincia y, a su vez, como modelos para otras mujeres".

Además, ha destacado el "buen" resultado que están obteniendo, "ya que en las ediciones anteriores se ha superado el centenar de participantes, lo que demuestra el interés del tejido asociativo malagueño por buscar soluciones y reducir la brecha salarial de género".

El encuentro de este lunes ha tenido lugar en el hotel Double Tree by Hilton en la Reserva del Higuerón, en el municipio malagueño de Fuengirola, y ha contado con la presencia de la vicepresidenta y diputada de Igualdad e Innovación y de la diputada del grupo Ciudadanos, Teresa Pardo.

La protagonista del encuentro ha sido Núria Vilanova, fundadora y presidenta de Atrevia, una consultora de comunicación, que tiene más de 28 años de experiencia en el sector, cuyo objetivo es liderar la comunicación en idioma español y portugués y está formada por un equipo de más de 350 personas con oficinas en España, Portugal, Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, México, Perú, Paraguay, Puerto Rico, República Dominicana, Bruselas, Miami y Washington DC.

Durante el desayuno se ha estudiado el caso de esta empresaria que forma parte de las Top 100 mujeres en España, de las 20 directivas líderes en Yo Dona o de las diez CEO más influyentes en las redes sociales españolas. Además, es presidenta del Consejo Empresarial Alianza por Iberoamérica (Ceapi), entre otras organizaciones.

Su perfil profesional se caracteriza por el compromiso con el desarrollo de conocimiento, de plataformas empresariales y de la responsabilidad social.

Asimismo, es fundadora y co-presidenta del Foro del Buen Gobierno y Accionariado, creado en colaboración con la escuela de negocios Iese-Irco, fundadora y co-presidenta del Observatorio de Comunicación Interna e Identidad Corporativa, con la escuela de negocios Instituto de Empresa.

Volver al índice

En 2017 recibió el Individual Outstanding Achievement Award en la gala de los Sabre EMEA, premio otorgado por The Holmes Report que reconoce a los mejores profesionales del mundo de la comunicación en Europa, Oriente Medio y África.

También ha sido condecorada con la Cruz de Oficial de Isabel la Católica en 2016 y reconocida con otros numerosos premios como el Máster de Oro del Fórum de Alta Dirección en 2014, el Premio IWEC (International Women Entrepreneurial Challenge) en 2009, el Premio Fidem a la Mujer Emprendedora en 2008, el Premio Fedepe a la Mujer Empresaria en 2007, el Premio al Emprendedor del año de ESIC en 2002 y el de Joven Empresaria otorgado por AJE Actualidad Económica en 2001.

http://www.finanzas.com/noticias/economia/20180627/ceapi-premia-alejandro-bulgheroni-3866924.html

Este sitio web utiliza cookies propias y de terceros para optimizar tu navegación, adaptarse a tus preferencias y realizar labores analíticas. Al continuar navegando aceptas nuestra Política de Cookies. X

EMPRESAS PREMIOS

CEAPI premia a Alejandro Bulgheroni por su contribución a economía argentina

27/06/2018 - 13:59 **Agencia EFE**

Tweet

El jurado del Premio Enrique V. Iglesias al Desarrollo del Espacio Empresarial Iberoamericano, promovido por el Consejo Empresarial Alianza por Iberoamérica (CEAPI), ha otorgado la quinta edición del galardón al empresario Alejandro Bulgheroni por su contribución al desarrollo de la economía argentina.

Bulgheroni, ingeniero petrolero y presidente Pan American Energy, ha sido reconocido asimismo por su apoyo a la mejora de las relaciones España-Argentina, su empeño en promover los vínculos en toda la región iberoamericana y su compromiso social.

"Es un honor para mí recibir esta distinción y ser el primer argentino que integra esta lista de figuras relevantes del quehacer empresarial latinoamericano", ha señalado Bulgheroni tras ser informado del fallo del jurado.

Junto a este galardón se ha acordado entregar un "Premio Especial" al empresario boliviano Luis Enrique García Gutierrez, ex presidente de CAF-Banco de Desarrollo de América Latina.

Con este premio se ha querido reconocer "su brillante trayectoria profesional y la gran labor que desempeñó en CAF para promover el desarrollo de los países latinoamericanos, así como sus acciones en pro de una mayor relación de la región con España y su compromiso con el espacio empresarial común", ha informado CEAPI en una nota de prensa.

.

Tweet

Volver al índice

La Opinión de Málaga

12/06/2018

CEAPI

AREA (cm2): 233,3 OCUPACIÓN: 21,8% V.PUB.: 866€ NOTICIAS DE CEAL

«Tener un socio local es esencial para desarrollar tu empresa en otro país»

Manuel Contreras, miembro del Consejo Directivo de CEAPI, explica cómo desarrollar la empresa con éxito

MARÍA DOLORES MEDINA MÁLAGA

■ Manuel Contreras Caro, consejero delegado del Grupo Azvi y ahora miembro del Consejo Directivo de CEAPI, asegura que para que una empresa pueda desarrollarse en otro país que no es el suyo, lo que necesita es encontrar un socio local para poder conocer el tejido social y empresarial de ese país. «Mi consejo siempre es que tengan un socio local. Si tu negocio es exportado, de cualquier manera el socio local será importante. La relación de persona a persona crea confianza», asegura Contreras.

En este mismo sentido, el miembro del grupo destaca que un socio local «conoce de primera mano como es la sociedad de ese país, así como el mundo empresarial y todos los factores que influyen en él». «Es mucho más fácil ir de la mano de un local que conoce el país. Ellos saben perfectamente como manejarse en la administración, en el mundo de por ejemplo, distribuidores para aquellas empresas que estén empezando», apunta el miembro del consejo directivo.

ARCINIEGA

M. Contreras, miembro de CEAPI.

Asimismo, Contreras destaca que quien quiera desarrollar su empresa en Latinoamérica, «puede hacerlo», ya que «todos los sectores están presentes allí». «Creo que no hay sector que no esté presente en la empresa española allí. Incluso, se cuenta la leyenda de que muchos países latinos se levantan, encienden la luz y pagan a una empresa española, encienden el agua y también es española. Cogen el coche y la gasolina es española, coche español. Hay gran presencia española muy importante a nivel empresarial.

Volver al índice

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=3158&comps_id=157323961

Acciones con más potencial en bolsa y mejores Fondos para invertir

Empresas

"En Latinoamérica, la huella empresarial española es brutal"

Entrevista a la presidenta de CEAPI, Núria Vilanova, cuyo objetivo es aconsejar a firmas españolas para que puedan desarrollarse con éxito al otro lado del charco

María Dolores Medina | 12.06.2018 | 05:00

La presencia de las empresas españolas en América Latina es una de las más importantes tras la de EEUU. El CEAPI se encarga de

Núria Vilanova, presidenta de CEAPI.

Fotos de la noticia

Núria Vilanova, fundadora y presidenta de ATREVIA y presidenta del Consejo Empresarial Alianza por Iberoamérica (CEAPI), entre otras organizaciones, aterrizó en Málaga el pasado lunes 4 para asistir a un Foro de Igualdad desarrollado por la Diputación de Málaga y para explicar, a este periódico, cuáles son las claves del mercado Latinoamericano, cómo debe desarrollarse una empresa española allí, cómo de importantes son estos mercados y cuáles son las pautas para que una empresa española triunfe en estos países con éxito.

¿Cómo de importante es el mercado latinoamericano para los empresarios españoles?
Muchísimo. De alguna manera Latinoamérica se ha convertido en nuestro primer marcado natural. Es donde España ha hecho las grandísimas inversiones en infraestructuras de compañías desde hace muchos años y además, hablamos de compañías grandes como Repsol, Telefónica o Mapfre. Somos muchísimas las empresas españolas que estamos en América.

¿En qué se diferencia el mercado latinoamericano del resto de mercados?
En algunos de estos países, después de EEUU, somos el segundo inversor en el mundo. La huella de la

empresa española en algunos países de lengua hispana y portuguesa es brutal, en ninguna otra parte del mundo influye ese peso. El mismo idioma y la misma historia así como la tradición de invertir es una de las cosas que más influyen.

¿Cuáles son los países en los que más empresas españolas podemos encontrar?
México, Chile, Colombia y Perú, aunque también podemos encontrar bastantes en Brasil. Brasil ha sido un mercado complicado para las empresas españolas, pero también hay muchos casos de éxito. En el país más pequeño encontrarás siempre una empresa española haciendo algo de cualquier sector. Es muy complicado ir a un país latinoamericano y no encontrarse una empresa española haciendo algo relevante.

¿Trabajan también con empresas latinoamericanas que quieren desarrollar su empresa en España?
El objetivo de CEAPI es ayudar al desarrollo de negocios en ambos países. Por lo tanto, para las empresas de allí somos como el comité de bienvenida que les ayuda a encontrar oportunidades y apostar por España.

¿Qué llama la atención a los latinoamericanos del mercado español?
Básicamente es lo mismo que encontramos nosotros allí, mismo idioma, cultura muy similar, formas de pensar y sentir iguales. Entonces, de cara a un mercado europeo, para ellos lo mejor es establecer un campamento en España y desde aquí, atacar a países de la Unión Europea. Nos ven como un puente de lanza para entrar en el mercado europeo.

Con respecto a empresas malagueñas, ¿cuál es su presencia en Latinoamérica?
En muchos sectores. El tecnológico, la construcción, el agrícola, etc. Cuando viajas, ves los aviones llenos de andaluces y lo que echamos de menos es que haya conexiones directas desde el aeropuerto de Málaga a Latinoamérica. Sobre todo, conexión con países donde la presencia andaluza es muy importante como México, Chile o Perú.

¿Cuál es el principal consejo que se da a las empresas españolas desde CEAPI para desarrollar su empresa en Latinoamérica?
Nosotros decimos que las empresas españolas son buenos socios. Una manera de aterrizar es aterrizar con un socio local, un socio así puede ser una alegría o un disgusto porque puede haber problemas muy grandes. En este sentido es tremendamente importante que se elija ir con socio para hacerlo. Creemos que la asociación hace un trabajo fundamental de establecer puentes, relaciones con grandes empresas de Latinoamérica en base a una relación de confianza. Es muy importante conocer el tejido empresarial social para no estar perdido.

Ha participado en un Foro de Igualdad de la Diputación de Málaga en este sentido ¿Ha experimentado casos de desigualdad a lo largo de su carrera?
La desigualdad está presente en todos los sectores. Por ejemplo, en CEAPI, es cierto que es más probable toparse con una empresa cuyo director sea hombre que encontrar a una mujer. Sin embargo, es cierto que con los años hemos ido encontrando más casos de mujeres. en el mundo empresarial estamos emergiendo poco a poco. Además, en el caso de empresas españolas que quieran consolidarse en Latinoamérica, es complicado que la mujer deje a la familia en España para desarrollar su empresa allí, sin embargo, si que vemos más casos en los que el hombre sí que lo hace, parece que cuesta menos.

Volver al índice

http://www.laopiniondemalaga.es/malaga/2018/06/12/socio-local-esencial-desarrollar-empresa/1013043.html?utm_source=rss

Acciones con más potencial en bolsa y mejores Fondos para invertir

"Tener un socio local es esencial para desarrollar tu empresa en otro país"

Manuel Contreras, miembro del Consejo Directivo de CEAPI, explica cómo desarrollar la empresa con éxito

María Dolores Medina | 11.06.2018 | 22:17

Manuel Contreras Caro, consejero delegado del Grupo Azvi y ahora miembro del Consejo Directivo de CEAPI, asegura que para que una empresa pueda desarrollarse en otro país que no es el suyo, lo que necesita es encontrar un socio local para poder conocer el tejido social y empresarial de ese país. «Mi consejo siempre es que tengan un socio local. Si tu negocio es exportado, de cualquier manera el socio local será importante. La relación de persona a persona crea confianza», asegura Contreras.

M. Contreras, miembro de CEAPI.

En este mismo sentido, el miembro del grupo destaca que un socio local «conoce de primera mano como es la sociedad de ese país, así como el mundo empresarial y todos los factores que influyen en él». «Es mucho más fácil ir de la mano de un local que conoce el país. Ellos saben perfectamente como manejarse en la administración, en el mundo de por ejemplo, distribuidores para aquellas empresas que estén empezando», apunta el miembro del consejo

directivo.

Fotos de la noticia

Asimismo, Contreras destaca que quien quiera desarrollar su empresa en Latinoamérica, «puede hacerlo», ya que «todos los sectores están presentes allí». «Creo que no hay sector que no esté presente en la empresa española allí. Incluso, se cuenta la leyenda de que muchos países latinos se levantan, encienden la luz y pagan a una empresa española, encienden el agua y también es española. Cogen el coche y la gasolina es española, coche español. Hay gran presencia española muy importante a nivel empresarial.

La Opinión de Málaga
12/06/2018
CEAPI
AREA (cm2): 691,7 OCUPACIÓN: 64,7% V.PUB.: 1801€ NOTICIAS DE CEAL

Núria Vilanova

Presidenta de CEAPI. La presencia de las empresas españolas en América Latina es una de las más importantes tras la de EEUU. El CEAPI se encarga de aconsejar a estas firmas para que puedan desarrollarse con éxito en estos países.

«En Latinoamérica, la huella empresarial española es brutal»

«En estos países hay mucha presencia de empresas familiares malagueñas que pertenecen a diferentes sectores como el tecnológico o el agrario»

Núria Vilanova, presidenta de CEAPI. ARCINIEGA

María Dolores Medina
MÁLAGA

Núria Vilanova, fundadora y presidenta de ATREVIA y presidenta del Consejo Empresarial Alianza por Iberoamérica (CEAPI), entre otras organizaciones, aterrizó en Málaga el pasado lunes 4 para asistir a un Foro de Igualdad desarrollado por la Diputación de Málaga y para explicar, a este periódico, cuáles son las claves del mercado Latinoamericano, cómo debe desarrollarse una empresa española allí, cómo de importantes son estos mercados y cuáles son las pautas para que una empresa española triunfe en estos países con éxito.

P ¿Cómo de importante es el mercado latinoamericano para los empresarios españoles?

R Muchísimo. De alguna manera Latinoamérica se ha convertido en nuestro primer marcado natural. Es donde España ha hecho las grandísimas inversiones en infraestructuras de compañías desde hace muchos años y además, hablamos de compañías grandes como Repsol, Telefónica o Mapfre. Somos muchísimas las empresas españolas que estamos en América.

P ¿En qué se diferencia el mercado latinoamericano del resto de mercados?

R En algunos de estos países, después de EEUU, somos el segundo inversor en el mundo. La huella de la empresa española en algunos países de lengua hispana y portuguesa es brutal, en ninguna otra parte del mundo influye ese peso. El mismo idioma y la misma historia así como la tradición de invertir es una de las cosas que más influyen.

P ¿Cuáles son los países en los que más empresas españolas podemos encontrar?

R México, Chile, Colombia y Perú, aunque también podemos encontrar bastantes en Brasil. Brasil ha sido un mercado complicado para las empresas españolas, pero también hay muchos casos de éxito. En el país más pequeño encontrarás siempre una empresa española haciendo algo de cualquier sector. Es muy complicado ir a un país latinoamericano y no encontrarse una empresa española haciendo algo relevante.

P ¿Trabajan también con empresas latinoamericanas que quieren desarrollar su empresa en España?

R El objetivo de CEAPI es ayudar al desarrollo de negocios en ambos países. Por lo tanto, para las empresas de allí somos como el comité de bienvenida que les ayuda a encontrar oportunidades y apostar por España.

P ¿Qué llama la atención a los latinoamericanos del mercado español?

R Básicamente es lo mismo que encontramos nosotros allí, mismo idioma, cultura muy similar, formas de pensar y sentir iguales. Entonces, de cara a un mercado europeo, para ellos lo mejor es establecer un campamento en España y desde aquí, atacar a países de la Unión Europea. Nos ven como un puente de lanza para entrar en el mercado europeo.

P Con respecto a empresas malagueñas, ¿cuál es su presencia en Latinoamérica?

R En muchos sectores. El tecnológico, la construcción, el agrícola, etc. Cuando viajas, ves los aviones llenos de andaluces y lo que echamos de menos es que haya conexiones directas desde el aeropuerto de Málaga a Latinoamérica. Sobre todo, conexión con países donde la presencia andaluza es muy importante como México, Chile o Perú.

P ¿Cuál es el principal consejo que se da a las empresas españolas desde CEAPI para desarrollar su empresa en Latinoamérica?

R Nosotros decimos que las empresas españolas son buenos socios. Una manera de aterrizar es aterrizar con un socio local, un socio así puede ser una alegría o un disgusto porque puede haber problemas muy grandes. En este sentido es tremendamente importante que se elija ir con socio para hacerlo. Creemos que la asociación hace un trabajo fundamental de establecer puentes, relaciones con grandes empresas de Latinoamérica en base a una relación de confianza. Es muy importante conocer el tejido empresarial social para no estar perdido.

P Ha participado en un Foro de Igualdad de la Diputación de Málaga en este sentido ¿Ha experimentado casos de desigualdad a lo largo de su carrera?

R La desigualdad está presente en todos los sectores. Por ejemplo, en CEAPI, es cierto que es más probable toparse con una empresa cuyo director sea hombre que encontrar a una mujer. Sin embargo, es cierto que con los años hemos ido encontrando más casos de mujeres. en el mundo empresarial estamos emergiendo poco a poco. Además, en el caso de empresas españolas que quieran consolidarse en Latinoamérica, es complicado que la mujer deje a la familia en España para desarrollar su empresa allí, sin embargo, si que vemos más casos en los que el hombre sí que lo hace, parece que cuesta menos.

Volver al índice

La Tribuna Hoy-Andalucía

CEAPI

http://www.latribunahoy.com/_n1037751_el-v-foro-igualmente-de-la-diputacion-de-malaga-recibe-a-la-funda.html

El V Foro Igualmente de la Diputación de Málaga recibe a la fundadora y presidenta de Atrevia

04-06-2018 Deja tu opinión

Share

Núria Vilanova, fundadora y presidenta de Atrevia, la mayor consultora de comunicación de España, ha sido la protagonista del V Foro Igualmente, una iniciativa impulsada por la Delegación de Igualdad e Innovación Social de la Diputación de Málaga, dirigida a directivos y empresarios, con la colaboración de la revista digital Yo Soy Mujer, que aborda un caso de éxito profesional y personal.

Con el objeto de conseguir la igualdad real entre hombres y mujeres en todos los aspectos sociales y reducir la brecha salarial de género que existe en el país, el ente supramunicipal reúne periódicamente en un desayuno a distintas ponentes que aportan sus conocimientos y experiencias con el mundo empresarial con la finalidad de crear también redes de networking entre las asistentes.

En este sentido Mata, ha apostillado que "es fundamental la realización de estos foros en los que se pone de manifiesto las buenas prácticas de directivas que están realizando su labor y sirvan para el empoderamiento de empresarias de la provincia y, a su vez, como modelos para otras mujeres". Además, ha destacado el buen resultado que están obteniendo, "ya que en las ediciones anteriores se ha superado el centenar de participantes, lo que demuestra el interés del tejido asociativo malagueño por buscar soluciones y reducir la brecha salarial de género".

El encuentro de hoy ha tenido lugar en el hotel Double Tree by Hilton en la Reserva del Higuerón (Fuengirola) y ha contado con la presencia de la vicepresidenta y diputada de Igualdad e Innovación, Ana Mata y de la diputada del grupo Ciudadanos, Teresa Pardo. La protagonista del encuentro ha sido Núria Vilanova, fundadora y presidenta de Atrevia, una consultora de comunicación, que tiene más de 28 años de experiencia en el sector, cuyo objetivo es liderar la comunicación en idioma español y portugués y está formada por un equipo de más de 350 personas con oficinas en España, Portugal, Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, México, Perú, Paraguay, Puerto Rico, República Dominicana, Bruselas, Miami y Washington D.C.

Durante el desayuno se ha estudiado el caso de esta empresaria que forma parte de las Top 100 mujeres en España, de las 20 directivas líderes en Yo Dona o de las 10 CEOs más influyentes en las redes sociales españolas. Además, es presidenta del Consejo Empresarial Alianza por Iberoamérica (CEAPI), entre otras organizaciones.

Su perfil profesional se caracteriza por el compromiso con el desarrollo de conocimiento, de plataformas empresariales y de la responsabilidad social. Es fundadora y co-presidenta del Foro del Buen Gobierno y Accionariado, creado en colaboración con la escuela de negocios IESE-IRCO, fundadora y co-presidenta del Observatorio de Comunicación Interna e Identidad Corporativa, con la escuela de negocios Instituto de Empresa.

En 2017 recibió el Individual Outstanding Achievement Award en la gala de los Sabre EMEA, premio otorgado por The Holmes Report que reconoce a los mejores profesionales del mundo de la comunicación en Europa, Oriente Medio y África. También ha sido condecorada con la Cruz de Oficial de Isabel la Católica en 2016 y reconocida con otros numerosos premios como el Máster de Oro del Fórum de Alta Dirección en 2014, el Premio IWEC (International Women Entrepreneurial Challenge) en 2009, el Premio FIDEM a la Mujer Emprendedora en 2008, el Premio FEDEPE a la Mujer Empresaria en 2007, el Premio al Emprendedor del año de ESIC en 2002 y el de Joven Empresaria otorgado por AJE Actualidad Económica en 2001.

Etiquetas

Foro Igualmente, Diputación de Málaga

Volver al índice

http://es.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=3158&comps_id=155261261

teleprensa
PERIÓDICO DIGITAL DE MÁLAGA
Lunes, 04 de Junio de 2018

La fundadora y presidenta de Atrevia, Núria Vilanova, protagonista del V Foro Igualmente de la Diputación

04 de Junio de 2018 16:33h

Ana Mato y Nuria Vilanova en el foro Igualmente de la Diputación

Núria Vilanova, fundadora y presidenta de Atrevia, la mayor consultora de comunicación de España, ha sido la protagonista del V Foro Igualmente, una iniciativa impulsada por la Delegación de Igualdad e Innovación Social de la Diputación de Málaga, dirigida a directivos y empresarios, con la colaboración de la revista digital Yo Soy Mujer, que aborda un caso de éxito profesional y personal.

Con el objeto de conseguir la igualdad real entre hombres y mujeres en todos los aspectos sociales y reducir la brecha salarial de género que existe en el país, el ente supramunicipal reúne periódicamente en un desayuno a distintas ponentes que aportan sus conocimientos y experiencias con el mundo empresarial con la finalidad de crear también redes de networking entre las asistentes.

En este sentido, la vicepresidenta y diputada de Igualdad e Innovación, Ana Mata, ha incidido en que "es fundamental la realización de estos foros en los que se pone de manifiesto las buenas prácticas de directivas que están realizando su labor y sirvan para el empoderamiento de empresarias de la provincia y, a su vez, como modelos para otras mujeres".

Además, ha destacado el "buen" resultado que están obteniendo, "ya que en las ediciones anteriores se ha superado el centenar de participantes, lo que demuestra el interés del tejido asociativo malagueño por buscar soluciones y reducir la brecha salarial de género".

El encuentro de este lunes ha tenido lugar en el hotel Double Tree by Hilton en la Reserva del Higuerón, en el municipio malagueño de Fuengirola, y ha contado con la presencia de la vicepresidenta y diputada de Igualdad e Innovación y de la diputada del grupo Ciudadanos, Teresa Pardo.

La protagonista del encuentro ha sido Núria Vilanova, fundadora y presidenta de Atrevia, una consultora de comunicación, que tiene más de 28 años de experiencia en el sector, cuyo objetivo es liderar la comunicación en idioma español y portugués y está formada por un equipo de más de 350 personas con oficinas en España, Portugal, Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, México, Perú, Paraguay, Puerto Rico,

Volver al índice

República Dominicana, Bruselas, Miami y Washington DC.

Durante el desayuno se ha estudiado el caso de esta empresaria que forma parte de las Top 100 mujeres en España, de las 20 directivas líderes en Yo Dona o de las diez CEO más influyentes en las redes sociales españolas. Además, es presidenta del Consejo Empresarial Alianza por Iberoamérica (Ceapi), entre otras organizaciones.

Su perfil profesional se caracteriza por el compromiso con el desarrollo de conocimiento, de plataformas empresariales y de la responsabilidad social.

Asimismo, es fundadora y co-presidenta del Foro del Buen Gobierno y Accionariado, creado en colaboración con la escuela de negocios Iese-Irco, fundadora y co-presidenta del Observatorio de Comunicación Interna e Identidad Corporativa, con la escuela de negocios Instituto de Empresa.

En 2017 recibió el Individual Outstanding Achievement Award en la gala de los Sabre EMEA, premio otorgado por The Holmes Report que reconoce a los mejores profesionales del mundo de la comunicación en Europa, Oriente Medio y África.

También ha sido condecorada con la Cruz de Oficial de Isabel la Católica en 2016 y reconocida con otros numerosos premios como el Máster de Oro del Fórum de Alta Dirección en 2014, el Premio IWEC (International Women Entrepreneurial Challenge) en 2009, el Premio Fidem a la Mujer Emprendedora en 2008, el Premio Fedepe a la Mujer Empresaria en 2007, el Premio al Emprendedor del año de ESIC en 2002 y el de Joven Empresaria otorgado por AJE Actualidad Económica en 2001.
--EUROPA PRESS--

Volver al índice