

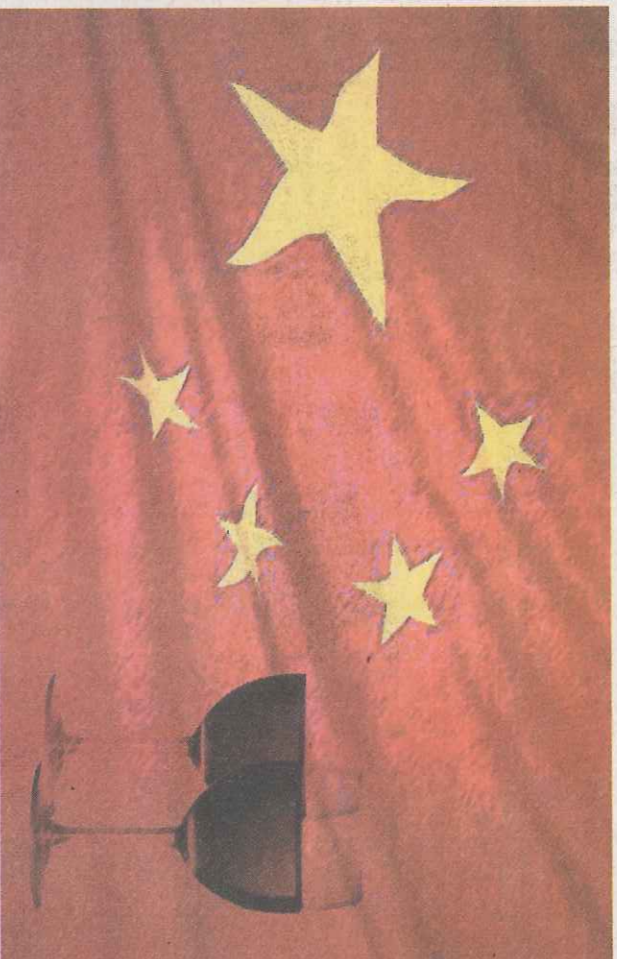
# Exportar vino y cava a los mercados asiáticos

**Jaume Giné Daví**  
Profesor de la facultad de Derecho  
de Esade



Los productores franceses de vinos y espirituosos batieron records de ventas al exterior en 2011. Superaron la barrera de 10.000 millones de euros, un 10,5% más que en 2010. Los bordeaux, bourgogne, champagne y cognac acapararon el 70% de las exportaciones. Es el segundo sector tras el aeronáutico y por delante de los perfumes y cosméticos, que más ayuda a equilibrar la deficitaria balanza comercial francesa. EEUU y Gran Bretaña fueron los dos principales importadores en 2011. Pero, el tercero fue China con unas ventas de 857 millones de euros, un 52% más que en 2010. Las exportaciones de vinos y espirituosos a China crecieron un 3.700% desde que China entró en la OMC en 2001. Juega a su favor el reconocido prestigio internacional que disfrutan las marcas francesas.

La UE afectada por la crisis económica está para pocas alegrías y los españoles, especialmente deprimidos. Según el Consejo Regulador del Cava, las ventas al mercado español cayeron hasta un 8,71% en 2011. Las Navidades no fueron tan felices y no cabe esperar un prospero año 2012. Como no habrá milagros a corto o medio plazo, no queda otra salida que la exportación. Las ventas al exterior subieron algo, un 2,07%. Pero hay que exportar más y más. Incluso a EEUU que, con una población más



optimista y emprendedora, ya está levantando su economía.

Pero los mercados más dinámicos están en los países emergentes donde surgen unas crecientes clases altas y medias ávidas de consumir productos europeos. Las ventas de cava a Brasil, Rusia y China se incrementaron un 47,51%, un 94,28% y un 158,33% en 2011. El principal motor de la economía mundial es Asia oriental donde destacan China, Japón, Corea del Sur, Taiwán, Hong-Kong, Singapur.

Además, mientras en el mercado español y europeo los precios bajan porque languidece la demanda, los consumidores asiáticos están dispuestos a pagar unos precios más altos. Los már-

genes de beneficio para el exportador son mayores. También cabe esperar una reducción gradual de los aranceles y otras barreras que gravan nuestras ventas en los mercados asiáticos, tradicionalmente proteccionistas. Así, la entrada en vigor del Acuerdo de Libre Comercio UE-Corea del Sur, el 1 de julio de 2011, ofrece un marco arancelario más favorable para entrar en el mercado surcoreano. La UE está negociando acuerdos similares con India, Singapur y Malasia.

Asia-Pacífico es el nuevo dorado para el sector. Lo saben los franceses. También es la gran ocasión para los vinos y cavas catalanes. Hay que esforzarse para dar a conocer nuestras marcas y ser persistentes.

## Apps

**Jaume Gené**  
Profesor de Marketing de la URV



Una de las tendencias imparables de la tecnología actual son las Apps. Es indiscutible que el móvil inteligente o *smartphone*, el antiguo teléfono móvil que en el futuro de lo que menos hará será de teléfono, será el aparato que todos llevaremos encima. Por sus pequeñas dimensiones no será apto para trabajar como lo hacemos en un ordenador y por tanto el software debe estar pensado para estas características. Con la limitación de la medida de su pantalla aparecen las Apps o aplicaciones para móviles que extraen todo el potencial de tener en el bolsillo un miniordenador conectado a Internet. Son aplicaciones sencillas, en el sentido de que no hacen muchas tareas, pero son muy intuitivas y fáciles de utilizar.

Una App que me dejó impresionado la vi en Berlín en una exposición de coches de Volkswagen en la calle principal de la capital. Se trataba de un coche completamente eléctrico que, con

la tecnología que fuese, estaba conectado a una App por iPhone y te decía los kilómetros que podías recorrer con la carga que tenía, si se estaba recargando cuánto tiempo faltaba para que estuviera la carga completa, temperatura interna del coche, etc.

Me pareció impresionante poder controlar el coche desde el móvil, a la vez que te abre la mente a toda una serie de posibilidades que te ofrece la tecnología (una tecnología que debe ser muy útil y amigable para el usuario), como hacer un *checking* de todo el coche (nivel del aceite, presión de los neumáticos, luces, etc.) y te avise al móvil si hay algún nivel demasiado bajo... Sería como tener el tablero de mando del coche en pantallas en el móvil. Siempre se puede pedir más, como por ejemplo localización del coche y, ¿por qué no? te puede decir como está el seguro del coche, etc. y todo en una App amigable en pantallas muy gráficas e intuitivas.

**'Las Apps extraen todo el potencial de tener en el bolsillo un miniordenador conectado a Internet'**

Y ya puestos, además del coche se me ocurren muchos aparatos. Los de inoutTV ya lo hacen por la televisión: te presentan la programación y te permiten poner a grabar el programa que te interesa, todo desde el móvil. Bang and Olufsen permite controlar todos sus aparatos de domótica desde el móvil. Escea tiene una chimenea alimentada por gas que se controla desde una App del iPhone. También sería interesante que los consumos como electricidad, gas, teléfono, etc. estuviesen controlados de forma sencilla y con un acceso rápido y permanente desde el móvil.

Cuando en alguna ocasión hablo de eMarketing, en el apartado de producto digo siempre que es importante hacer una reflexión de cómo Internet puede ayudar a mejorar la utilidad que da el producto al consumidor, tal vez habrá que añadir cómo mejorar el producto con una App para el móvil. En este caso estamos hablando de mejorar la P de Producto, no estamos hablando de la Comunicación, que merece un capítulo propio, y las Apps pueden ayudar mucho, pero habitualmente en marketing se echa en falta la mejora en el producto y en este caso es posible. A lo mejor, finalmente la tecnología acabará imponiéndose por todas partes en pequeñas aplicaciones sencillas, intuitivas y muy pero que muy

## Notificaciones de la AEAT

**Nuria Cabré Plana**  
Asociada senior de Garrigues  
Asociados



El año pasado entró en vigor el nuevo sistema de notificaciones electrónicas empleado por la Agencia Estatal de la Administración Tributaria (AEAT). Dicho sistema establece la obligación de recibir por medios electrónicos las notificaciones y comunicaciones que efectúe la AEAT para aquellas entidades que tengan la forma jurídica de sociedad anónima o responsabilidad limitada. Para dichas sociedades, ello supone la desaparición del correo ordinario en sus comunicaciones con la AEAT, ya que a partir de ahora casi todas las notificaciones las recibirán en la denominada Dirección Electrónica Habilitada (DEH).

Si bien el nuevo sistema entró en vigor el pasado 1 de enero de 2011, su implantación no ha sido automática y se ha ido instaurando gradualmente. La inclusión en el sistema de notificaciones electrónicas debe ser notificada por la AEAT por medios tradicionales (correo certificado), asignando a cada contribuyente la dirección electrónica correspondiente. Una vez recibida la notificación, la normativa no prevé ningún periodo preceptivo para que la AEAT pueda empezar a efectuar sus notificaciones por vía electrónica, por lo que podrían recibirse desde el mismo momento que le conste que la compañía ha tenido conocimiento de la creación de la DEH.

Transcurridos diez días desde el envío a la DEH de una notificación por parte de la AEAT sin haber accedido a la misma, ésta se entenderá efectuada a todos los efectos, por que resulta imprescindible que el buzón se compruebe periódicamente y siempre antes de que transcurran diez días desde la última comprobación.

Para facilitar el proceso, la AEAT ofrece la posibilidad de incluir una dirección de correo electrónico en la que se recibirán los avisos de nuevas notificaciones dirigidas a la DEH. Si bien es una opción que facilita la tarea de supervisión y control de las notificaciones, hay que tener en cuenta que la AEAT no se hace responsable de las deficiencias en los avisos remitidos a dicha dirección de correo electrónico.

Desde la implantación del nuevo sistema una de las peticiones recurrentes de los obligados afectados ha sido la de poder disponer de unos días de 'cortésia' en los que la AEAT no pudiera remitir notificaciones a la DEH. Esta petición surtió efectos el pasado mes de noviembre, tras la modificación de la normativa aplicable, que incluye la posibilidad de que los obligados tributarios incluidos en el sistema de notificaciones electrónicas puedan señalar, en los términos que por Orden ministerial se disponga, de determinados días, concretamente 30 días naturales al año, durante los cuales la AEAT no podrá poner notificaciones a su disposición en la dirección electrónica. En fin, buenas noticias para el contribuyente.