



AL-INVEST IV INFORMA

Nº25 - SETEMBRO 2011



AL-INVEST IV - EUROCHAMBRES - Avenue des Arts, 19 A/D - B-1000 Bruxelas - info@al-invest4.eu



www.al-invest4.eu

SUMÁRIO

Dossiê especial Moda e Confeção

Editorial
O Sector da Moda na União Europeia1

América Central, México e Cuba
México: a confeção, o ponto forte de México2

México: Capacitação para empresas tradicionais em Jalisco2

Caso de sucesso
Experiências no Salão Internacional de Moda de Madrid (SIMM) 2011 - TAKASAMI2

Mercosul, Chile e Venezuela
Brasil: Brasil na última moda2

Região Andina
Perú: O maior exportador à UE continua crescendo3
Bolívia: Abertura a novos horizontes3

Colômbia: Cartagena de Índias, na vanguarda da moda4

Entrevista a...
Aos profissionais envolvidos na missão empresarial na Feira SIMM 2011 e a uma das PMES latino-americanas participantes na Feira4-5

Atividades
"Rede de Câmaras", cooperação e colaboração para o futuro (Equador)6

Boas-vindas à FIDE, o novo sócio do Consórcio CAMC (Honduras)6

Responsabilidade social como fortalecimento das PMES (México)6

Caso de sucesso
Artesãos salvadorenhos e um novo design6

Próximos eventos e publicações7

Contato7

Dossiê especial Moda e Confeção

EDITORIAL

O Sector da Moda na União Europeia

A indústria têxtil e de confeção é um setor heterogéneo que constitui uma parte importante das manufaturas Europeias. Design, inovação, criatividade e produtos de alto valor acrescentado são as principais vantagens competitivas deste sector na União Europeia. O tamanho atual do mercado têxtil da UE estima-se em 10 milhões de euros, com cerca de 200.000 postos de trabalho. Segundo as previsões, as exportações de a UE poderiam crescer cerca de 50% nos próximos 10 anos. As importações Europeias de produtos têxteis e de confeção cresceram 3,94% entre 2006 e 2009. Os mercados mais importantes da União situaram-se um pouco acima dessa taxa de crescimento, com exceção de Polónia, que experimentou um aumento ainda maior (32,51%).

são a Alemanha, o Reino Unido, Itália, França e Espanha.

No sector das malhas, o mercado comunitário cresceu consideravelmente entre 2004 e 2008. Os cinco grandes mercados mencionados são os responsáveis por quase três quartos do consumo total de artigos na Europa. O mesmo sucede com a confeção, tanto feminina como masculina.

Em 2009, as importações de confeção masculina na UE representaram mais do 40% das importações mundiais. Por seu lado, o mercado da confeção feminina representou mais de metade do total mundial.

A forte competência de produtores como China, Paquistão, Índia, Hong Kong e Turquia fez com que as exportações latino-americanas de artigos de confeção feminina e masculina caíssem no período de 2006 a 2009. Pelo contrário, subiram as exportações de artigos de vestuário de couro em certos países, como a Guatemala.

O ponto forte do mercado europeu da confeção continua sendo a relação qualidade-preço, seguindo-se os novos conceitos, como a preocupação do consumidor a respeito do meio ambiente. Nos últimos anos verifica-se uma expansão do consumo responsável, devido ao facto dos consumidores quererem saber de onde vêm os produtos e como são fabricados.

As novidades na moda feminina Europeia são as túnicas, sandálias e artigos de couro inspiradas na estética dos anos 70. Vestidos abaixo do joelho, com decotes 'sexies' e estilo 'far west', serão as delicias desta temporada. Para os homens, o rosa será o novo negro. 'Jeans' engelhados, gorros de lã e colares étnicos, são os novos aliados masculinos.



Fonte: GIZ

O mercado da UE para artigos de vestuário de couro cresceu mais em termos de volume do que em termos de valor. O consumo nos últimos anos cresceu de maneira discreta, afetando a crise financeira internacional mais a uns mercados do que a outros. Os principais países europeus consumidores destes artigos

Adriana Nunes,
Coordenadora do Projeto GIZ

AL-INVEST



Apoio à internacionalização das PME'S da América Latina

O Programa AL-INVEST IV

é financiado pela UE

Esta publicação foi elaborada com a assistência da União Europeia. O seu conteúdo é da responsabilidade exclusiva do AL-INVEST IV e em nenhum caso deve considerar-se que reflecte os pontos de vista da União Europeia

América Central, México e Cuba

Para os países do Consórcio CAMC, a moda e confeção foram das indústrias mais estratégicas do mercado. Para continuar a impulsioná-las, o Consórcio investe todos os seus esforços para fornecer as ferramentas necessárias para que os seus sócios disponham de assistência técnica que lhes permita continuarem a ser competitivos no mercado internacional.

MÉXICO

A confeção, o ponto forte do México

Quase 9.000 empresas especializadas na confeção permitiram ao México situar-se como o sexto exportador mundial de roupa em 2011, abastecendo 2% do mercado internacional. Dentro entre fronteiras, contribui com 5% do PIB manufatureiro do país e 1% do PIB nacional. Os 300.000 postos de trabalho diretos e os mais de 1 milhão indiretos corroboram a importância do sector, que abarca um 8,1% do emprego manufatureiro do México e 2,1% do total nacional.

Um dos pilares principais na transformação da indústria da confeção mexicana foi a sua presença no mercado externo, favorecida pela sua competitividade em fatores como o preço, a qualidade e a inovação. As exportações mexicanas chegam a mais de 60 mercados do mundo, entre os quais se destacam os Estados Unidos, Canadá e Colômbia. Alemanha, Bélgica, Holanda, França, Grécia e Espanha são os principais clientes de México dentro de a UE.



Contatos: Alejandra J. Pérez alejandra@eurocentro.mx
Rocío González rocio@eurocentro.mx



Capacitação para empresas tradicionais em Jalisco

Setores tradicionais da Região mexicana de Jalisco, como o da joalheria, mobiliário, confeção e calçado, foram beneficiados, durante cinco semanas distribuídas ao longo de 2011, de uma capacitação e assistência técnica no âmbito do Programa AL-INVEST IV, no Eurocentro Tecnológico de Monterrey (México) e a Escola de Design Industrial do ITESM. Graças à presença de especialistas de reconhecido prestígio europeu, os alunos e empresários participantes receberam técnicas para fazer frente à competência de poderosos mercados emergentes e disfrutaram de um exaustivo seguimento de cada um dos desenhos e protótipos que realizaram.

Com a colaboração do Governo de Jalisco e os Municípios de Guadalajara e Zapota, este projeto ofereceu a oportunidade às empresas participantes de aceder a novos designs, melhorar a qualidade da sua produção e contactar com as novas gerações de designers, que trazem frescura e uma melhor compreensão do mercado atual.

Contato: Paz Díaz Nieto paz.diaz.nieto@itesm.mx

Casos de sucesso

Experiências no Salão Internacional de a Moda de Madrid (SIMM) 2011 - TAKASAMI

Maria Rosário Mendoza, diretora da empresa mexicana Takasami, compartilhou conosco quais foram os resultados de esta participação. A Sra. Mendoza assegurou que as expectativas que tinham fixado para este evento “não apenas se cumpriram, como foram ultrapassadas”. “Mais de 100 pessoas mostraram interesse pelas telas e pelos materiais. Também recebi muitas felicitações pelo design dos artigos”, destacou.

Um total de 30 contactos interessados nos designs de Takasami, 20 pedidos formais e outros envios de mostruários, foram o balanço de sucesso desta casa mexicana de moda.

Mercosul, Chile e Venezuela

No Brasil, foram colocados em marcha numerosos projetos que visaram aumentar a formação de empresas e designers para conseguir fomentar a competitividade das suas PMES além fronteiras.

BRASIL

Na última moda

Como grande gerador de emprego e rentabilidade da economia brasileira, o sector de a moda tem no Brasil todo um potencial para marcar os seus horizontes na exportação. Para isso, o desenvolvimento de ações que requerem o estudo do perfil do consumidor, a identidade da marca, o tema e as cores, são um grande diferencial para as PMES brasileiras. Desde o ‘prêt-à-porter’ até ao ‘custom made’, é imprescindível que os profissionais deste sector conheçam na perfeição as evoluções do mundo de a moda e da confeção.

Com o fito de fomentar a atuação das empresas brasileiras em esta indústria, com produtos diferenciados e com uma forte identidade, o Programa AL-INVEST IV desenvolveu durante este ano dois importantes projetos: “Tecendo tendências para PMES do sector têxtil e da confeção” e “Missão empresarial de moda em Berlim e Paris”. Segundo a opinião de Joao Paulo Gomes, Gestor da Confederação Nacional de Indústria (CNI), “o contato dos empresários com mercados externos é essencial para atualiza-los em relação às tendências de mercado, às novas tecnologias e às estratégias de comercialização”.

Contato: Cristina Alves Rocha cristina.rocha@fiepr.org.br

Região Andina

As PMES do sector da moda e da confeção da Região Andina tendo como objetivo incrementar a sua expansão no mercado internacional, especialmente no europeu. Graças à experiência neste sector de países como o Perú e às Atividades em termos de capacitação que o Programa AL-INVEST IV proporciona, os países andinos têm uma muito melhor perspetiva de futuro para o sector.

PERU

O maior exportador da UE continuará a crescer



Modelos no desfile 'Speed Fashion', organizado pela Câmara de Comercio de Lima (Perú)

Fonte: RA

Perú, a indústria mais importante de confeções na América-Latina e maior exportador latino-americano no setor para a UE, continuará a crescer apesar da situação de crise que sofrem os mercados internacionais. Assim o assegurou o Centro de Comércio Externo (CCEX) da Câmara de Comércio de Lima. Já em 2010 a União Europeia foi o destino mais importante do sector de confeções peruano, faturando 6% mais de exportações que no ano anterior, por um valor total de 120 milhões de dólares. Itália, Alemanha, o Reino Unido, França e Espanha são os principais clientes do país.

Para manter esta liderança, e inclusivamente aumentar a presença de PMES peruanas no mercado europeu, a Câmara de Comércio de Lima, pela mão do Programa AL-INVEST IV, desenvolve numerosas capacitações e assistências técnicas, assim como atividades de promoção comercial, que permitiram melhorar a competitividade destas pequenas e médias empresas no âmbito comercial europeu.

Contato: Miguel Viaña mviana@camaralima.org.pe

BOLÍVIA

Abertura de novos horizontes

A indústria têxtil de Bolívia constitui uma das atividades mais importantes do país, graças à qualidade dos seus produtos e aos postos de trabalho que gera. Contudo, esta importância estende-se além das suas fronteiras graças às ações da Câmara Nacional de Comércio da Bolívia, como instituição sócia do Programa AL-INVEST IV junto do Conglomerado Têxtil Boliviano (COTEXBO), como sua colaboradora, para impulsionar a competitividade e o desenvolvimento integral do sector.

A Câmara de Exportadores de Santa Cruz (CADEX), por sua vez, trabalha conjuntamente desde o ano 2009 com três núcleos de confeções, formados por 90 empresas do setor. O objetivo é dar resposta às principais dificuldades com as que podem confrontar-se as PMES bolivianas, através de atividades e ações específicas. O programa 'Compre Bolívia', que permitiu melhorar a visibilidade das PMES da Região mediante o desenvolvimento de catálogos físicos e virtuais, é um dos exemplos das atividades desenvolvidos por CADEX.

O resultado de todas estas ações empresariais? um grande número de artigos bolivianos já se encontram no Canadá e Austrália e continuam a avançar para sedimentar-se no Centro e Norte da América e na Europa. Este último é um dos objetivos chave para as PMES do país andino, que espera fechar numerosos contratos com o Velho Continente proximamente. Há que não esquecer o apoio do Programa AL-INVEST IV neste processo de internacionalização das PMES bolivianas dedicadas ao têxtil. Graças à facilitação de catálogos, aos processos de atualização da informação e à ajuda de peritos internacionais, o sector boliviano da moda vai crescendo a passos largos.

Contatos: Pilar Hoyos - Câmara de Comercio de Bolivia
p.hoyos@boliviacomercio.org.bo
Marco Zárate - Câmara de Exportadores de Santa Cruz (CADEX)
comunicacion@cadez.org

COLÔMBIA

Cartagena de Índias, à vanguarda da moda



Fonte: RA

Empresárias participantes na IXEL MODA 2010

29 empresas do sector têxtil da cidade colombiana de Cartagena das Índias trabalham arduamente para definir uma estratégia de comercialização acertada, que acrescente qualidade e inovação aos seus produtos. Através destes núcleos empresariais, fomentados pelo Programa AL-INVEST IV no âmbito da Câmara de Comércio de Cartagena, as PMES beneficiam de assistências técnicas em design de produtos, assim como da participação em congressos, feiras e eventos nacionais e internacionais.

A nível nacional, a Feira Eimi em Bucaramanga, o III Congresso Latino-americano de Artigos de Vestuário, Confeções, Têxteis, Assessorios, Couro e Marroquineira IXEL MODA e a Ronda de Negócios Bogotá Empreende, são alguns exemplos dos eventos aos quais numerosas PMES acederam em 2010. Internacionalmente, destacam-se a Feira Exploratória Peru Moda 2010, a Missão Comercial Panamá 2011 e o Salão Internacional de a Moda de Madrid (SIMM) 2011.

Contacto: Andrea Piña Gómez apina@ccartagena.org.co

Dossiê especial Moda e Confeção

Entrevista a...

A missão empresarial do Programa AL-INVEST IV no Salão Internacional de Moda de Madrid 2011 teve como objetivo apoiar um grupo de PMES latino-americanas no seu processo de abertura ao fortalecimento nos mercados europeus através do desenvolvimento de uma série de atividades no âmbito da Feira. Para conhecer em primeira mão quais foram os resultados, AL-INVEST IV INFORMA falou com um dos profissionais envolvidos nas missões e uma das PMES latino-americanas presentes na Feira. Manolo Jiménez, responsável pelo Departamento de Empresas do Instituto Europeu de Design, Ana Martínez Páramo, Chefe da Área América para a Câmara de Comércio de Madrid, e Mónica Olmedo, Representante da empresa mexicana Syra Carús, contaram-nos como se desenvolveu a experiência.

Manolo Jiménez, responsável pelo Departamento de Empresas Instituto Europeu de Design (IED), Madrid

Numerosas empresas latino-americanas participantes na Feira de Moda de Madrid 2011 puderam beneficiar-se nas missões empresariais organizadas pelo Consórcio de Coordenação e Serviços do Programa AL-INVEST IV. As conferências, que se centraram em temas como "Design contemporâneo e tendências de moda" e "Visual Merchandising: interiorismo de loja e como montar e apresentar os artigos num showroom", contaram também com a organização do Instituto Europeu de Design de Madrid. O seu responsável pelo Departamento de Empresas, Manolo Jiménez, partilhou connosco alguns conselhos para as PMES latino-americanas do sector da moda e da confeção.

"O mais importante é não perder a identidade. Os produtos da América Latina transmitem originalidade, força e uma forte identidade visual que na Europa não se produz". Segundo o Sr. Jiménez, com esta base, o passo seguinte em direção ao êxito consiste em introduzir a tecnologia e a inovação.

"A originalidade é a grande arma da América Latina, as suas PMES demonstraram que têm uma grande riqueza e é o momento de expressá as identidades individuais, assim como sua entidade comum". Além disso, quis sublinhar a importância de outros fatores. "O artesanato é um elemento chave, uni-lo a outros agentes como o design e a inovação é um fator de grande relevância".



Ana Martínez Páramo, Chefe da Área América. Câmara de Comércio de Madrid

A Câmara de Madrid participou no Salão Internacional de a Moda SIMM 2011. Que balanço faz do evento deste ano?

Em termos gerais estamos muito satisfeitos com os resultados obtidos nesta assistência técnica. A título individual muitas empresas fecharam encomendas durante os três dias que durou a feira, o que pode considerar-se um grande êxito. No capítulo internacional, este ano aumentou o número de países participantes, passando de 50 na edição de 2010, para 62 nesta convocatória.

O que motivou a Câmara de Madrid a desenvolver um projeto de inclusão de empresas latino-americanas nesta feira?

Atualmente a América Latina é um mercado prioritário para as empresas espanholas e por isso também a atividade da Câmara de Madrid é intensa nesta região. Sem ir mais longe, durante este ano desenvolvemos 16 Encontros Empresariais na América Latina, participamos em cinco feiras, organizámos 18 jornadas sobre mercados externos, recebemos várias delegações latinas e organizámos duas assistências técnicas, com um total de 2.200 empresas beneficiadas.

Como beneficiou a Feira SIMM 2011 as PMES latino-americanas que nela participaram?

As PMES latino-americanas puderam fazer prospeção de mercado e conhecer em primeira mão detalhes chave para sua internacionalização no mercado europeu, como a situação do setor, as formas de entrada, as tendências e a distribuição, entre outros.

Mónica Olmedo, México Representante de Syra Carús e participante na Feira SIMM 2011



Vê oportunidades no mercado europeu para 'Syra Carús'?

Firmemente sim, já que existe um pequeno setor de consumidores que procuram produtos diferentes e de qualidade. Chegar-lhes é um processo demorado, mas uma vez que o alcançares, os teus consumidores serão fieis e grandes amantes da linha.

Que influência teve o programa AL-INVEST IV no seu desenvolvimento?

O Programa AL-INVEST IV apareceu num momento chave. Estávamos há 20 anos no mercado com uma linha de acessórios chamada "Cocoletas" para crianças. Apesar de tudo, não tínhamos uma marca concretamente definida nem a sua essência. Graças aos cursos de apoio do Eurocentro no âmbito do Programa, começamos a ver com clareza o rumo que deveríamos seguir.

Como foi a sua experiência na feira SIMM? Cumpriram-se as es-



Deram a conhecer o seu produto e puderam ver que respostas tiveram. Também conseguiram estabelecer os seus primeiros contactos e fechar alguns pedidos.

O que estas empresas podem acrescentar ao mercado internacional da moda e da confeção, em especial ao europeu?

A originalidade das peças e a novidade de alguns dos seus tecidos e dos materiais com que se confeciona cada um dos artigos que estavam expostos, como o material reciclado.

Em que consistiram os eventos B2B? Que resultados pretendiam obter?

São agendas personalizadas que permitiram conhecer tanto a oferta latina como a procura europeia. Foram organizadas um total de 96 entrevistas e os resultados foram excelentes, já que as empresas puderam realizar um grande número de contactos.

pectativas expectativas?

O Salão Internacional da Moda de Madrid 2011 (SIMM) foi a primeira Feira Europeia em que participou a nossa empresa. Para nós foi uma grande experiência que nos enriqueceu em todos os aspetos. Adquirimos conhecimentos que esperamos colocar em prática rapidamente. Contudo, nos ajudou conhecer o gosto do mercado europeu.

Que projetos tem a curto e longo prazo?

A curto prazo queremos continuar a relação com os contactos que obtivemos na Feira, para continuar a beneficiar das suas experiências e opiniões. A longo prazo, poder desenvolver linhas mais dirigidas para eles.

Setor: Têxteis e peles artesanais

Sede principal: Alica nº 46 depto 5. Col. Molino del Rey 11040. México, D.F

Web: www.syra.com.mx

FICHA

“Rede de Câmaras”, cooperação internacional para o futuro

Agosto 2011, Quito, Equador

Diversas instituições que congregam organizações empresariais procedentes da Bolívia, Colômbia, Equador, Peru e Europa aliaram-se para concentrar esforços sob o objetivo de reforçar a sua competitividade internacional e poder oferecer melhores serviços às empresas suas afiliadas. Este é o enquadramento que leva ao nascimento da “Rede de Câmaras”, uma plataforma de cooperação e colaboração para a integração regional e internacional.

No âmbito da I Reunião de Presidentes de Instituições Empresariais Andinas do Programa AL-INVEST IV, realizada em Quito no passado 24 de agosto, a Câmara da Indústria, Comércio, Serviços e Turismo de Santa Cruz - Bolívia (CAINCO), como líder da iniciativa, junto da Federação Equatoriana de Exportadores de Equador (FEDEXPOR), a Associação Nacional de Comércio Externo da Colômbia (ANALDEX) e a Câmara de Comércio de Lima - Peru (CCL), subscreveram o convénio para a consolidação desta Rede orientada para promover o intercâmbio de conhecimentos e experiências entre as instituições membros e facilitar a internacionalização das suas empresas afiliadas.

“Esta Rede procura crescer mediante a adesão de mais instituições no Mundo”, disse Luis Fernando Barberly, presidente de CAINCO.



Líderes integrantes da Rede de Câmaras

Para mais informação: <http://www.alinvest4can.org/?p=1625>
Contato: Vanessa Borcy vanessa.borcy@caainco.org.bo

Benvinda à FIDE, o novo sócio do Consórcio CAMC

Agosto 2011, Honduras



Desde o passado mês de agosto, a Fundação para o Investimento e Desenvolvimento das Exportações (FIDE) é o novo socio do Consórcio de América Central, México e Cuba (CAMC) nas Honduras. Esta instituição privada sem fins lucrativos foi fundada em 1984 para promover o desenvolvimento sustentável no país centro-americano mediante o fomento dos investimentos e das exportações e a melhoria da competitividade internacional do país e das suas empresas.

Agora, como sócio do Programa AL-INVEST IV, FIDE orientará os seus esforços para o apoio das PMES latino-americanas em processo de internacionalização, como complemento às atividades que desenvolveu o sócio hondurenho FPX desde o ano 2010. Suas ferramentas? Os programas com os que conta a Fundação, como é o caso de ‘Honduras sí exporta’ que oferece serviços de inteligência comercial, assessorias no processo de exportação e promoção comercial às PMES hondurenhas.

Contato: Liliana Sánchez lsanchez@fidehonduras.com

Responsabilidade social como fortalecimento das PMES

20-21 de outubro 2011, México DF, México

Atualmente, a responsabilidade social constitui uma atividade chave no desenvolvimento das políticas públicas, desenvolvendo um importante papel no momento de enfrentar reptos e ultrapassar dificuldades como a instabilidade, os problemas de inclusão e a falta de governabilidade e a confiança nas instituições.

O Consórcio de Coordenação e Serviços do Programa AL-INVEST IV desenvolverá durante o próximo mês de outubro na capital mexicana o ‘Seminário sobre responsabilidade social empresarial na América Latina’. O evento favorecerá o intercâmbio de melhores práticas, experiências e ferramentas de apoio às PMES da região.

Para mais informação: <http://www.al-invest4.eu/actividades2/actividades-consorcio-servicios/servicios-para-organismos-intermedios/seminarios-tematicos/responsabilidad-social-y-pymes>



Artesãos salvadorenhos e um novo design

Quatro PMES de artesanato procedentes de El Salvador uniram o seu potencial para exportar juntos, conseguindo-se um processo inédito em inovação graças a um novo enfoque na criação de urnas funerárias para cinzas, um produto de grande procura que estas empresas fabricam com novos métodos, abrindo-se a novos mercados.

O resultado foi um pedido de 700 destas urnas por parte do empresário alemão Bern Riebel para princípios do mês de setembro. Em uma visita que Riebel realizou ao país latino-americano, constatou o avanço que tem já desenvolvida a produção, mostrando-se satisfeito com o esforço realizado pelas quatro PMES artesãs: Madero de Jesús, Taller Patty, A Campiña e a Cooperativa Salvadoreña de Artesãos (ALSAR).



Fonte: CAMC

Contato: Ana de Castro coordinacionalinvest@coexport.com.sv

PMES salvadorenhas envolvidas no projeto

Próximos eventos e publicações

Eventos

Agendas especializadas. 1 julho, 2011 - 31 dezembro, 2011 (CAMC)

Capacitação e Assistência Técnica de PMES de hotelaria e serviços da Região Atlântica e Insular de Honduras sensibilizadas, para a implementação de manuais e melhoria até à obtenção da certificação 'Green Globe'. 1 julho, 2011 - 12 novembro, 2011 (CAMC)

Turismo, novos produtos, estratégias de marca e marca regional. 1 julho 2011 - 31 dezembro, 2011 (CAMC)

Imagem corporativa e E-Business para o sector de artigos de regalo y decoración 1 agosto, 2011- 30 setembro, 2011 (CAMC)

Missão empresarial brasileira à 'Feira Polagra Food 2011'. Poznan, Polonia 12 setembro, 2011 - 16 setembro, 2011 (MCV)

ANUGA 2011. Colonia 8 outubro, 2011 - 12 outubro, 2011 (CS)

Responsabilidade social das PMES. 20 outubro, 2011 - 21 outubro, 2011 (CS)

FIMMA-Maderalia. Valencia 25 outubro, 2011 - 28 outubro, 2011 (CS)

Mais eventos: <http://www.al-invest4.eu/calendario/656>

Contato

Para mais informações, visite a nossa página Web www.al-invest4.eu, ou visite o nosso perfil em



<http://www.facebook.com/pages/AL-Invest-IV-Consorcio-de-Servicios/175340069146180?ref=ts>



Contato:

info@al-invest4.eu



Deixe-nos os seus comentários!

Publicações

Análise sectorial "Aqüicultura":

<http://www.al-invest4.eu/minisite/acuicultura/>

Guia "Cómo exportar para a Europa":

<http://www.al-invest4.eu/guia-como-exportar-a-europa/1001-guia-como-exportar-a-europa/521-guia-como-exportar-a-europa>

Editores responsáveis:

Paolo Baldan, Director da Equipa de Coordenação

Simona Obreja, Especialista em Comunicação

AL-INVEST IV - EUROCHAMBRES - Avenue des Arts, 19 A/D - B-1000 Brussels - info@al-invest4.eu

"O Programa AL-INVEST é um dos programas regionais de cooperação económica mais importantes da Comissão Europeia na América Latina. O objectivo genérico da fase IV do Programa é contribuir para a coesão social mediante o apoio ao fortalecimento e internacionalização das pequenas e médias empresas (PMES) latinoamericanas e ao intercâmbio de inovação, conhecimentos e relações económicas com as suas empresas homólogas europeias".