

nas llegadas de toda España y el 83 % obtuvieron la calificación de apto. Al doblar el número de aprobados el de plazas ofertadas, el expediente académico decide quién accede al grado.

A las titulaciones en Educación Infantil y Primaria se le asignan 75 plazas a cada una. Un total de 50 plazas son las que le corresponden a los grados en Fisioterapia y en Enfermería, mientras



Los grados están en el campus, menos Belas Artes y Enfermería. CAPOTILLO

que 45 son las que ofertan el grado en Comunicación Audiovisual y en Enxeñaría Forestal. La carrera del campus de Pontevedra con menor número de plazas es Dirección e Xestión Pública, con 30. No obstante, este grado

que se imparte en la Facultade de Ciencias Sociais e da Comunicación ofrece una de las novedades del próximo curso. Se trata de la modalidad semipresencial de esta titulación con la que se busca captar alumnos *on line*

roy. Por el momento solo pueden realizar este trámite aquellos estudiantes que posean una calificación igual o superior al del último convocado en cada titulación. Desde ayer los alumnos pueden consultar su situación en las listas de admitidos y de espera vía Internet, también en la dirección <http://ciug.cesga.es/> o llamando al teléfono de consulta de la Comisión (881813452).

discrepancias con la suma sobre la adscripción de las enseñanzas artísticas a la universidad, entre ellas, conservación-restauración. Ninguna de las personas que lo acompañaban entonces repiten en el nuevo equipo. Eran Ángela López como vicedirectora; Carmen Lorenzo como jefa de estudios; e Inmaculada Cendán como secretaria.

Un máster para abrir mercado exterior a Cristal Pontevedresa

C. G. B. PONTEVEDRA / LA VOZ

Un máster de la Universidad de Santiago de Compostela para encontrar mercados internacionales para Cristal Pontevedresa. No es el nombre oficial del curso, pero sí su finalidad, al menos este año. Es la vigesimosegunda edición del Máster en Dirección y Gestión de Comercio Exterior (Mascomex), que desde hace catorce años se centra en la colaboración con diversas empresas de Galicia «para realizar estudios de internacionalización y detectar para ellos oportunidades comerciales en el extranjero».

En esta ocasión le tocó el turno a la pontevedresa, fundada en 1959, para la que se localizaron seis mercados con potencial de demanda de aplicaciones en vidrio desarrolladas por la compañía gallega.

La anterior edición se centró en el negocio de Torre de Núñez, y la anterior en Bahía Software. «Siempre elegimos empresas competitivas que están iniciando su expansión exterior, cuya dirección esté altamente comprometida con la internacionalización y además se involucre activamente en nuestro proceso formativo», señaló el director del máster, Miguel Otero.

Productiva y eficaz

Según el responsable de esta titulación, «esto garantiza que nuestra colaboración va a ser productiva y eficaz para su desarrollo internacional. Este es también el caso de Cristal Pontevedresa, una representante magnífica de las posibilidades que tiene el sector de transformados del vidrio para competir con éxito en

los mercados internacionales». También para el director general de la firma el balance de esta colaboración es positivo: «Es, sin duda, una excepcional sinergia y un ejemplo de integración

El estudio detectó seis países con potencial de demanda para la firma

El proyecto se realiza en dos fases: análisis de la empresa y de los destinatarios

entre los mundos académico y empresarial, con un objetivo primordial: impulsar el crecimiento de nuestro sector más allá de nuestras fronteras», puntualizó Francisco Barbeito.

Es, añadió el empresario, «una muy buena oportunidad para contribuir a la formación de profesionales en comercio exterior, y de hacerlo además detectando oportunidades de crecimiento en aquellos mercados internacionales que más pueden demandar manufacturas en vidrio».

Estudio en dos fases

En una primera fase del máster, los alumnos realizaron un estudio de internacionalización de la compañía gallega, con el objetivo de analizar su potencial como empresa exportadora y seleccionar mercados objetivos, estable-

ciendo un ranking de los prioritarios, hacia los que la firma debería orientar su actividad internacional.

Una vez concluida, la segunda etapa se centró en presentar los resultados de los estudios de mercado de los países seleccionados. En ellos se incluía el análisis de la competencia, factores determinantes de la demanda, canales de distribución, y análisis de precios, entre otros factores de comercialización.

Cristal Pontevedresa se encuentra actualmente, apuntó la propia firma del Lérez, en una fase de crecimiento en mercados internacionales que incluye la presencia de delegaciones comerciales en Polonia y Portugal y el desarrollo de diversos proyectos en países de África, Europa y América.