

AÑO 7 N° 75 ABRIL 2010

# ÁREA

## Cámara Vigo

PUBLICACIÓN MENSUAL DE LA CÁMARA DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN DE VIGO

### Subcontratación

Cita mundial de la construcción en Bauma

### Plan de Iniciación a la Promoción Exterior (PIPE)

60 millones de euros para la exportación

Reportaje

[estosololoarreglamosentretodos.com](http://estosololoarreglamosentretodos.com)

### Nueva ley de Comercio de Galicia

Objetivo: equilibrar la competitividad entre pequeñas y grandes superficies

# En la encrucijada

**D**esde estas páginas hemos recordado con insistencia el hecho, a veces olvidado y en general escasamente ponderado, de que Vigo nace y vive para y por el mar. Ejemplo de esa vocación marítima es la dedicación a la industria naval. Podríamos remontarnos muy atrás rastreando los orígenes históricos de una de las actividades que ha conformado el carácter de nuestra ciudad y su entorno, y que tanto ha contribuido al desarrollo de otros sectores económicos, hoy pujantes.

En el curso de su larga historia, el sector naval de Vigo ha visto pasar tiempos de bonanza y otros de profunda dificultad. Por repasar únicamente las últimas décadas, la crisis de los 70-80 y la reconversión, dieron paso a una auténtica y completa reinención del sector, que gracias a radicales cambios estructurales, técnicos y organizativos, ganó en competitividad y eficacia. Esta mejora en su competitividad, llegó por la vía de la diversificación y la especialización técnica, que permitieron ampliar la oferta y al mismo tiempo dirigirse a mercados en los que las posibilidades de éxito y los márgenes eran mejores. Este fortalecimiento del sector, unido a la evolución del mercado global de la construcción naval que, debido al aumento paralelo y continuado de los precios del petróleo y del volumen del comercio mundial, ha experimentado un crecimiento sostenido de la demanda durante más de una década, ha llevado a las empresas del sector naval del entorno de Vigo a disfrutar, en los años inmediatamente pasados, de un período de gran prosperidad, siempre hablando en términos generales.

Sin embargo, la situación actual es muy diferente. Estamos ante una verdadera encrucijada. La crisis económica internacional ha golpeado al mercado de la construcción naval de varios modos. Por un lado, las dificultades para obtener financiación frenan los planes de navieras y armadoras. Por otra parte, el descenso en el volumen del comercio mundial hace caer la demanda de buques de transporte y maniobra. Y por último, las turbulencias en los precios del crudo aconsejan a muchas compañías aplazar sus planes de construcción de buques para operaciones de prospección y explotación de nuevos yacimientos petrolíferos oceánicos.

En los últimos meses hemos sabido de las dificultades de varios astilleros, y de la atonía del mercado que se traduce en la ausencia de nuevos pedidos, de la escasez de las peticiones de nuevas ofertas, que hace presagiar tiempos difíciles. A pesar de las dificultades, no pocas empresas del sector están mostrando una creatividad envidiable, planteando nuevas fórmulas de negocio, orientando su actividad a la creciente demanda de servicios de reparaciones y mantenimiento, internacionalizado sus actividades y estableciendo acuerdos operativos y tecnológicos que les permitan acceder a nuevos nichos o a nuevos mercados. En los próximos tiempos, Gobierno e instituciones debemos prestar una atención especial a este sector. Será responsabilidad de todos el que sepamos apoyar a un sector al que tanto debemos todos. ■

IPC España  
Febrero 2010

ÍNDICE GENERAL  
105,6/ VARIACIÓN  
EN UN AÑO 0,8%  
Alimentos y bebidas  
no alcohólicas.  
107,2/-2,7%. Bebidas  
alcohólicas y tabaco.  
129,7/12,3%. Vestido  
y calzado. 91,4/-1,2%.  
Vivienda. 113,6/0,8%.  
Menaje. 106,5/0,5%.  
Medicina. 97,8/  
-1,4%. Transporte.  
105,0/5,8%. Comunicaciones.  
99,2/-0,5%. Ocio  
y cultura. 96,5/  
-2,1%. Enseñanza.  
114,5/2,6%. Hoteles,  
café y restaurantes.  
112,1/1,0%. Otros  
bienes y servicios.  
110,8/1,8%.

**Cámara**  
Vigo

BOLETÍN MENSUAL DE LA CÁMARA DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN DE VIGO. REPÚBLICA ARGENTINA 18 A, 36201 VIGO. TEL. +34 986 432 533. FAX + 34 986 435 659. E-MAIL: CAMARAVIGO@CAMARAVIGO.COM. DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR. TEL. +34 986 446 295. E-MAIL: COMEX@CAMARAVIGO.COM. PRESIDENTE: JOSÉ GARCÍA COSTAS. DIRECTORA DEL BOLETÍN: NURIA SÁINZ. REALIZACIÓN: CÁMARA DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN DE VIGO. DISEÑO Y EDICIÓN: CUERPO A CUERPO COMUNICACIÓN. URUGUAI 2, 3º DCHA. 36201 VIGO. TEL. + 34 986 221 835. FAX: + 34 986 437 141. E-MAIL: CUERPOACUERPO@CUERPOACUERPOCOMUNICACION.COM. WWW.CUERPOACUERPO.COM. IMPRIME: CA GRÁFICA. DEPÓSITO LEGAL: VG 728-03. ISSN 1699-3713



Javier Orge

Presidente de la Asociación Provincial de Empresas Frigoríficas (APEF)

## Cooperar para combatir la crisis

**T**odos los expertos coinciden en que la economía mundial está sufriendo su peor crisis desde la Gran Depresión. El sector del frigorífico de Pontevedra opera globalmente y por lo tanto no es inmune a la delicada situación económica general. Las empresas de frío afrontamos problemas comunes al resto de los sectores productivos, como por ejemplo las dificultades para conseguir financiación. Compartimos problemas con el sector pesquero como pueden ser la escasez de determinadas capturas. Finalmente, sufrimos problemas propios como la disminución de las importaciones o la lenta eficacia del Puesto de Inspección Fronterizo (PIF).

La crisis específica que sufre nuestro sector se deriva en parte de los efectos de la globalización. Una cuota importante de nuestro negocio se está viendo afectada por el hecho de que cada vez son más frecuentes las operaciones en las que el producto se comercializa directamente desde donde es capturado hacia el país donde va a ser consumido, sobre todo cuando ese producto no tiene que ser procesado. Nuestro papel de intermediación en estos tráficóse se está viendo reducido, lo cual explica el descenso de las importaciones de pescado congelado en 2009, un 10% menos que en el año anterior. Si a esto añadimos la necesidad de agilizar los procesos del PIF, un tema en el que ya se está trabajando, comprobamos cómo el volumen de entrada de contenedores aumenta en otros países de Europa en detrimento de nuestros puertos.

No se puede luchar contra una distribución global ni contra la globalización de la crisis, pero sí que tenemos la posibilidad y la necesidad de buscar soluciones. En este contexto, la Asociación de Productores de Empresas Frigoríficas de Pontevedra (APEF) puede ser el arma

más eficaz para afrontar problemas que son comunes a las empresas de nuestro sector. El primer reto que nos marcamos es optimizar los recursos de APEF y potenciar sus posibilidades reales como instrumento negociador. Para ello necesitamos ganar masa crítica. Confiamos en aumentar el número de socios hasta llegar a integrar el 100% de las empresas de frigorífico y congelado de la provincia de Pontevedra. Se trata de un objetivo ambicioso pero factible. Debemos empezar por fidelizar a los socios ya existentes, que deben obtener un retorno eficaz de su aportación a APEF. La situación es crítica y el tiempo apremia, por eso estamos trabajando ya para que la Asociación alcance logros concretos a corto plazo. Queremos ofrecer a las empresas vinculadas ventajas reales como la negociación conjunta de contratos eléctricos o la formación de grupos de compra para consumibles habituales como plásticos o palets.

Otro ámbito en el que APEF puede y debe ser útil es en el reparto de excedentes de stocks entre las empresas asociadas. Se trata de otro ejemplo de cómo la cooperación entre las empresas de un sector puede ser beneficiosa para todas. Es además necesario modernizar el sistema de facturación, como han hecho ya algunos asociados, priorizando el espacio sobre el peso, para ajustar el beneficio al servicio real prestado. Un servicio que es cada vez más exigente, que continuamente engloba nuevas actuaciones por parte de las empresas frigoríficas. Un esfuerzo de personal y tiempo que raramente se ve compensado económicamente. Habrá que replantearse tanto el sistema como el objeto de la facturación para hacer más competitivo un sector que no ha experimentado subidas en sus tarifas desde hace años.

Desde un punto de vista más estratégico, la Asociación debe buscar soluciones a problemas estructurales como la disminución de las importaciones o el descenso de pesca de productos como la pota (casi inexistente en 2009 y que no apunta a mejores resultados en 2010, a punto de cumplirse dos meses del inicio de la campaña). A medio y largo plazo, la diversificación debe ser el camino que nos permita rentabilizar nuestros recursos. En estos momentos contamos con 1.000.000 m3 de capacidad destinados casi en un 95% a productos de la pesca. Se hace imprescindible estudiar la viabilidad de almacenar no sólo pescado, sino otras mercancías como carne, fruta, manteca... Así garantizaríamos la ocupación permanente de las cámaras incluso en los meses en los que flaquea el sector pesquero. Una vez que tenemos una idea clara de cuáles son las vías a seguir para combatir la crisis sólo queda buscar la forma de adquirir mayor representatividad en ALDEFE (Asociación de Explotaciones Frigoríficas, Logísticas y Distribución de España) y seguir luchando por objetivos comunes como mejorar el PIF. Es vital y urgente una unificación de los criterios y una solución para las demoras producidas en ocasiones únicamente por un defecto de forma en la documentación. Tenemos confianza en que la actual mesa de trabajo mixta formada por Administraciones y usuarios para este tema dará sus frutos y hará más ágil una herramienta tan necesaria como el PIF.

El trabajo incesante de APEF por los intereses de sus socios y el deseo de ampliar nuestra visión sectorial están marcando nuestras actuaciones en 2010. La situación de nuestro sector es complicada y la mejor manera de afrontar el futuro es cooperando entre todos. Más que necesario, es simplemente vital. ■

# Éxito en la misión macroinversa de las Cámaras gallegas

La institución cameral viguesa, encargada del sector de la construcción, organizó más de un centenar de reuniones

Un total de 197 empresas de Galicia, Europa y América del Norte se dieron cita en Santiago de Compostela el pasado mes de marzo con dos objetivos claros: hacer negocios y fomentar las exportaciones. El encuentro fue posible gracias a la colaboración conjunta de las Cámaras de Comercio gallegas, impulsoras de la primera gran misión comercial inversa plurisectorial, enmarcada dentro del Plan FOEXGA.

**P**or primera vez las Cámaras de Comercio gallegas organizaban una misión inversa conjunta para concentrar a varios sectores en una misma cita comercial, y el resultado no ha podido ser más satisfactorio. Un total de 197 empresas de cinco sectores económicos (materiales de construcción, vinos y bebidas, alimentación y alimentación económica, planta ornamental y confección textil) se dieron cita el pasado mes de marzo en Santiago de Compostela para hacer negocios. Las 127 firmas gallegas mantuvieron reuniones con otras 70 procedentes de 11 países, a saber, EEUU (12), Rusia (11) Alemania (9), Reino Unido (8), México (6), Bulgaria (5), Rumanía (4), Ucrania (1), Polonia (1) y Portugal (1). La Cámara de Comercio de Vigo, responsable del sector de la construcción en esta acción, organizó más de un centenar de reuniones con las 22 empresas gallegas participantes. La importancia de esta industria es clave en nuestra economía. Hay que recordar que la construcción es, junto con el comercio al por menor, el sector que concentra el mayor número de empresas españolas. Y es que a principios de 2008, el número de compañías que operaban en

la construcción a nivel nacional era de 501.056. Sin embargo, y tras el escándalo de las hipotecas Subprime americanas, el sector ha visto caer sus estadísticas de manera estrepitosa. Pese a ello, y curiosamente, esta industria continúa siendo uno de los principales motores de la economía gallega. Tanto es así que en 2009 representó el 12,7 % del Producto Interior Bruto (PIB) y aportó un valor añadido de más de 7.255 millones de euros, según datos del Instituto Galego de Estadística (IGE).

## Exportaciones gallegas en 2009

Según los datos relativos al pasado ejercicio, el mayor volumen económico de las exportaciones gallegas corresponde a las bebidas alcohólicas, como cervezas, sidras, aguardientes y licores, con un importe total de 102,6 millones de euros, seguidas de los vinos, con una cifra que ascendió a 24,4 millones. El tercer sector, aunque a mucha distancia, es el de las plantas ornamentales, con 7,3 millones en exportaciones, seguido, por este orden, de la confección textil, la alimentación y los materiales de construcción. ■

## Programa de tres días

El programa del encuentro, que se enmarca dentro del Plan FOEXGA, constó de tres jornadas de trabajo y fue inaugurado por el conselleiro de Economía e Industria, Javier Guerra. En su intervención, Guerra abogó por la necesidad de ayudar a las empresas a internacionalizarse, tarea para la cual la Xunta de Galicia dedicará este año un 60% más que en 2008. Además, la Consellería ha anunciado un plan específico para facilitar la internacionalización de las empresas gallegas en materiales de construcción. Este plan está concebido para desarrollarse en un horizonte de 3 años y su objetivo es promover el conocimiento de la oferta exportable gallega del sector de los materiales de construcción en los mercados internacionales. ■

# Cita mundial del sector de la construcción en Bauma

## Empresas gallegas acuden por primera vez con la Cámara de Comercio a la feria alemana

Se trata del principal certamen del planeta, ya que reúne a más de 3.000 expositores de 100 países en 555.000 metros cuadrados. Se presentan todas las innovaciones que spondrán las pautas a seguir durante los próximos 3 años.

**B**auma es la feria internacional más importante del mundo en el sector de la maquinaria y equipos para obras públicas, materiales de construcción y minería, etc. Por este motivo, la Cámara de Comercio organiza su primera visita al evento, que se celebra entre el 19 y 25 de abril en Munich.

Se trata de la 29 edición, y una vez más, el New Munich Trade Fair Centre incrementa su superficie hasta los 555.000 metros cuadrados gracias a la instalación de pabellones temporales en los terrenos al aire libre. En total, se esperan más de 2 millones de visitantes de todo el planeta y más de 3.000 expositores.

Primicias mundiales, agentes clave de mercado, líderes tecnológicos, la oferta más completa de maquinaria, equipos y materiales para la construcción y la minería: estas son algunas de las señas de identidad de un certamen que atrae a visitantes de todo el mundo. Aquí se presentan siempre las últimas primicias del sector, que marcarán las pautas de los próximos 3 años (hasta que se vuelva a celebrar la feria). ■



### Un mercado que resurge

Mientras en países como España, Irlanda, Finlandia y Portugal se observa un ligero retroceso del sector de la construcción, para este año está previsto en Europa un incremento del 6% que llegará al 10% en 2011. El motor del crecimiento será Polonia y los países vecinos, con cifras de crecimiento de dos dígitos. ■

### Una oportunidad para entrar en la pujante economía india

India será este año el país invitado a Bauma, ya que resulta muy interesante para los fabricantes de maquinaria para obras, puesto que está realizando grandes inversiones en infraestructuras y proyectos de construcción. Sólo en 2010 está previsto que su cifra de inversión supere los 140.000 millones de euros. De este modo, Bauma ofrece una oportunidad magnífica para estrechar las relaciones comerciales con esta región y establecer contactos para iniciar nuevos proyectos. Precisamente, la Cámara de Comercio organiza en junio una visita a los principales puertos del país, ya que constituyen una referencia dentro del sector pesquero. ■

# Cámaras, ICEX y CCAA destinan 60 millones para iniciar a las empresas en la exportación

El objetivo es que 3.000 nuevas pequeñas y medianas empresas se conviertan en exportadores consolidados. El empleo en las pymes que han participado en el Plan PIPE ha crecido en torno a un 50% de media

**L**as Cámaras de Comercio, el Instituto de Comercio Exterior (ICEX) y las Comunidades Autónomas dedicarán 60 millones de euros al “Plan de Iniciación a la Promoción Exterior” (PIPE), durante los próximos cuatro años. Los buenos resultados cosechados en los últimos diez años por esta iniciativa han animado a sus responsables a “blindar” su financiación en el periodo 2010-2014, para que a ninguna pyme que quiera salir al exterior le falte el apoyo necesario para lograrlo.

Desde la creación del Plan PIPE, en 1998, hasta el primer trimestre de este año (últimos datos disponibles), más de 6.900 pequeñas y medianas empresas de todas las Comunidades Autónomas españolas se han convertido en exportadoras. Además, la mayor parte de ellas (un 76%) han logrado exportar de manera regular, es decir, durante al menos cuatro años consecutivos, según el análisis realizado por el ICEX y Cámaras de Comercio, que se ha presentado en el seno del Consejo Interterritorial de Internacionalización, reunido en Santander y organizado por la Sociedad de Desarrollo Regional de Cantabria (SODERCAN), que ostenta la presidencia en este semestre.

El número de pymes que cada año se apunta al Plan PIPE -que también cuenta con financiación de los fondos FEDER- ha crecido ininterrumpida-

mente en la última década y se ha mantenido en torno a los 780 nuevos exportadores anuales en los dos últimos ejercicios, a pesar de la crisis. ■



## Aumenta empleo y facturación

Según los datos del estudio que recoge la parte más cualitativa del Plan PIPE, las empresas que han pasado por el programa han elevado en más de un 50% su producción, en un 48% sus ingresos totales y en torno a un 50% el número de empleados.

En concreto, las empresas PIPE muestran una evolución más positiva en la tasa de variación del empleo, que aumenta un 50%, frente a un crecimiento casi nulo de una muestra aleatoria de empresas, con el mismo perfil, que no han participado en el programa. Además, en torno al 75% de esas pymes ha aumentado la plantilla con personal formado en comercio exterior, un 46% han creado un departamento propio de internacionalización gracias al PIPE y en el 83% de los casos sus empleados han ampliado la capacidad de comunicación en uno o más idiomas. ■

# Abril es el mes de los idiomas en la Cámara

El mercado laboral es cada vez más competitivo y la formación complementaria es fundamental en los Currículos Vitae de los candidatos. Por eso, el departamento de formación de la Cámara de Comercio de Vigo pone en

marcha los cursos Portugués Comercial e Inglés Empresarial, dos acciones orientadas a alumnos que ya están inmersos en el mercado laboral o que quieren acceder a él con una buena formación.

## CURSOS GENERALES

### Contabilidad General

**Duración:** 45 horas

**Fechas:** del 05/04/2010 al 23/04/2010

**Horario:** de Lunes a Viernes de 19:00 a 22:00 horas

### Mejora de la productividad personal y de la explotación de la información sobre clientes: casos prácticos de Access y Excel

**Duración:** 20 horas

**Fechas:** del 12/04/2010 al 26/04/2010

**Horario:** Lunes y Jueves de 17:00 a 21:00 horas

## COMERCIO EXTERIOR

### Curso Superior: Estrategia y Gestión del Comercio Exterior

**Duración:** 140 horas

**Fechas:** del 05/04/2010 al 24/05/2010

**Horario:** de Lunes a Viernes de 18:00 a 22:00 horas

## INFORMÁTICA

### Iniciación al Retoque Fotográfico: Photoshop CS3

**Duración:** 24 horas

**Fechas:** del 05/04/2010 al 15/04/2010

**Horario:** de Lunes a Jueves de 19:00 a 22:00 horas

### Internet y Correo Electrónico

**Duración:** 10 horas

**Fechas:** del 09/04/2010 al 16/04/2010

**Horario:** Viernes de 16:00 a 21:00 horas

### Presentaciones Comerciales: Powerpoint 2007

**Duración:** 15 horas

**Fechas:** del 19/04/2010 al 23/04/2010

**Horario:** de Lunes a Viernes de 19:00 a 22:00 horas

### Hoja de Cálculo: Excel 2007 Especializado (Nivel III)

**Duración:** 30 horas

**Fechas:** del 26/04/2010 al 07/05/2010

**Horario:** de Lunes a Viernes de 19:00 a 22:00 horas

## IDIOMAS

### Inglés Empresarial

**Duración:** 30 horas

**Fechas:** del 05/04/2010 al 22/04/2010

**Horario:** de Lunes a Jueves de 19:30 a 22:00 horas

### Portugués Comercial

**Duración:** 30 horas

**Fechas:** del 26/04/2010 al 11/05/2010

**Horario:** de Lunes a Viernes de 19:30 a 22:00 horas

## CURSOS EN LAS OFICINAS TERRITORIALES DE LA CÁMARA

### La importancia de la imagen comercial

**Duración:** 2 horas

**Fechas:** 13/04/2010

**Horario:** de 20:00 a 22:00 horas

**Lugar:** Antena local de Gondomar. Centro Neural de Gondomar, Campo das Cercas, s/n.

### Gestión de cobros y pagos

**Duración:** 4 horas

**Fechas:** del 14/04/2010 al 15/04/2010

**Horario:** de 20:30 a 22:30 horas

**Lugar:** Casa de la Cultura de Salvaterra de Miño. ■

# Estosoloarreglan

Un foro de debate abierto a toda la sociedad para salir

**L**as Cámaras de Comercio españolas, a través del Consejo Superior de Cámaras, y 18 grandes empresas del país han puesto en marcha la campaña [estosoloarreglamosenretodos.org](http://estosoloarreglamosenretodos.org), una iniciativa que nace con el objetivo de contagiar la confianza perdida y fomentar las actitudes positivas entre los ciudadanos para hacer frente a la salida de la crisis económica.

Para ello se ha creado la Fundación Confianza, una entidad sin ánimo de lucro ni filiación política impulsada y respaldada por las principales empresas y organizaciones del país que, en colaboración con los medios de comunicación, desean contribuir de manera desinteresada a estimular un cambio positivo en la forma de percibir la crisis. La idea, concebida

como un foro de debate abierto e impulsada por el Consejo Superior de Cámaras, consiguió conquistar a un nutrido grupo de empresarios españoles, quienes han llevado adelante la fundación encargada de gestionar el proyecto sin presiones. El equipo humano que trabaja en esta entidad ha puesto en marcha un proyecto que impulse en la sociedad unos valores,



## La idea principal

“A veces se nos olvida que la economía, y la propia vida, tienen ciclos. Hay tiempos de bonanza y tiempos de crisis y hay que adaptarse a cada momento, sacando lo mejor de cada uno en cada circunstancia. Las crisis forman parte del desarrollo de las sociedades y de las personas. Y es en esos momentos en los que hay que puede surgir la oportunidad de mejorar nuestras capacidades.

Después de muchos años de bonanza económica y social, en donde probablemente todos (personas, empresas, Estados...) hayamos vivido por encima de nuestras posibilidades, vivimos ahora una de las mayores crisis de nuestra historia reciente. Una crisis coyuntural y, a la vez, estructural, inédita y global. Pero ni es la primera, ni será la

última. Y, lo que es más importante, ya hemos vivido situaciones igual de complicadas y hemos sabido superarlas.

Para ello, hay que recuperar la confianza. Es en estos momentos en los que hay que demostrar que sabemos y podemos salir adelante. Actuar con esfuerzo, fomentar el talento, creatividad y, sobre todo, recabar el espíritu solidario para movilizar a toda la sociedad.

No podemos esperar sentados a que las cosas se arreglen solas, ni pensar que alguien las va a resolver por nosotros. Es el momento de la movilización. Y, para ello, hay que recuperar la confianza. Estar convencidos de que esto sólo lo podemos arreglar entre todos. Con ilusión, esfuerzo y creatividad”. ■

# mosentretodos.org

lir del “atolladero” y fomentar las actitudes positivas

que actúen de palanca para la recuperación de la confianza desaparecida con la crisis. “Queremos ser uno de los motores que devuelva a la sociedad la ilusión, el orgullo, la credibilidad”, resalta la campaña. Y todo esto se realizará a través de actividades en las que se resalte el emprendimiento y el desarrollo personal como modelo en la construcción del éxito colectivo.

La iniciativa cuanta con un presupuesto total de 4 millones de euros aportados por el Consejo Superior de Cámaras y las empresas participantes. Además, los patrocinadores han reservado una partida de 600.000 euros para llevar a cabo acciones internacionales muy determinadas que mejoren la imagen de España en el extranjero. Esta actuación interna-

cional se desarrollará en Londres y Nueva York.

Las empresas participantes son Telefónica, Iberia, El Corte Inglés, BBVA, Banco Santander, La Caixa, Caja Madrid, Repsol, Cepsa, Endesa, Iberdrola, Red Eléctrica, Mapfre, Renfe, Abertis, Mercadona, Indra y la patronal de la construcción, Seopan. ■



## Rostros conocidos en la campaña

La web [www.estosololoarreglamosentretodos.org](http://www.estosololoarreglamosentretodos.org) nace como un foro abierto a toda la sociedad para que a través de ella se conozcan iniciativas e historias de esfuerzo, ingenio, creatividad... Se trata pues de una ingente campaña de movilización a favor de la confianza, que ya se ha desplegado por toda España en vallas y en los medios de comunicación, invitando a entrar y participar en la plataforma, en la que ya están desde personajes conocidos hasta

ciudadanos anónimos que han hecho del esfuerzo y el talento personal el camino para superar las dificultades. Así, los ‘spots’ cuentan con la participación gratuita de personajes públicos como Andreu Buenafuente, los hermanos Pau y Marc Gasol, Susana Griso, Fernando Romay, Juan José Millás, Ferrán Adriá, Jordi Evole (“El Follonero”), Edurne Pasaban, Angels Barceló, Carlos Sáinz, Melendi, o Michael Robinson, entre otros. ■

## ¿Qué resultados esperan?

Un cambio en la actitud general de la población a la hora de afrontar la crisis. La Fundación Confianza no niega la realidad de la situación económica, pero también sostiene que el esfuerzo, el ingenio y el talento son cualidades extendidas entre los españoles. Sabemos que la suma de estas cualidades es lo que nos permite enfrentarnos a grandes desafíos (como ya hemos hecho en el pasado) y que la actitud de todos será fundamental para remontar la situación que vive actualmente el país. ■



# CALENDARIO DEL CONTRIBUYENTE

ABRIL 2010						
L	M	Mi	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

## DESDE EL 5 DE ABRIL HASTA EL 23 DE JUNIO

### BORRADOR DE LA DECLARACIÓN DE RENTA 2009

Solicitud de borrador de declaración. El borrador de declaración podrá solicitarse hasta el 23 de junio de 2010 a través de Internet y en los teléfonos 901 200 345 ó 901 12 12 24. Confirmación del borrador de declaración con resultado a ingresar con domiciliación en cuenta.

## DESDE EL 5 DE ABRIL HASTA EL 30 DE JUNIO

### BORRADOR DE LA DECLARACIÓN DE RENTA 2009

Confirmación del borrador de declaración con resultado a devolver, renuncia a la devolución, negativo y a ingresar sin domiciliación en cuenta.

## HASTA EL 20

### RENTA Y SOCIEDADES

Retenciones e ingresos a cuenta de rendimientos del trabajo, actividades económicas, premios y determinadas ganancias patrimoniales e imputaciones de renta, ganancias derivadas de acciones y participaciones de las instituciones de inversión colectiva, rentas de arrendamiento de inmuebles urba-

nos, capital mobiliario, personas autorizadas y saldos en cuentas.

**Marzo 2010.** Grandes Empresas. Mods. 111, 115, 117, 123, 124, 126, 128.

**Primer Trimestre 2010.** Mods. 110, 115, 117, 123, 124, 126, 128.

Pagos fraccionados Renta.

**Primer Trimestre 2010:**

- Estimación Directa. Mod. 130.

- Estimación Objetiva. Mod. 131.

Pagos fraccionados Sociedades y Establecimientos Permanentes de No Residentes.

Ejercicio en curso:

- Régimen General. Mod. 202.

- Grandes Empresas (excepto Grupos Fiscales). Mod. 218.

- Régimen de consolidación fiscal (Grupos Fiscales). Mod. 222.

### IVA

**Marzo 2010.** Régimen General.

Autoliquidación. Mod. 303.

Grupo de entidades, modelo individual. Mod. 322.

Declaración de operaciones incluidas en los libros registro del IVA y del IGIC. Mod. 340.

Declaración recapitulativa de operaciones intracomunitarias. Mod. 349.

Grupo de entidades, modelo agregado. Mod. 353.

Operaciones asimiladas a las importaciones. Mod. 380.

**Primer Trimestre 2010.** Régimen

General. Autoliquidación. Mod. 303.

Declaración-Liquidación no periódica. Mod. 309.

Régimen Simplificado. Mod. 310.

Declaración recapitulativa de operaciones intracomunitarias. Mod. 349.

Servicios vía electrónica. Mod. 367

Régimen General y Simplificado. Mod. 370.

Solicitud de devolución Recargo de Equivalencia y sujetos pasivos ocasionales. Mod. 308.

Reintegro de compensaciones en el Régimen Especial de la Agricultura, Ganadería y Pesca. Mod. 341.

### IMPUESTO SOBRE LAS PRIMAS DE SEGUROS

**Marzo 2010.** Mod. 430.

### IMPUESTOS ESPECIALES DE FABRICACIÓN

**Enero 2010.** Grandes Empresas (\*). Mods. 553, 554, 555, 556, 557, 558.

Grandes Empresas. Mods. 561, 562, 563.

**Marzo 2010.** Grandes Empresas. Mod. 560.

**Marzo 2010.** Mods. 564, 566.

**Marzo 2010 (\*)**. Mods. 570, 580.

**Primer Trimestre 2010.** Actividades V1, V7, F1. Mod. 553.

Excepto Grandes Empresas. Mod. 560.

**Primer Trimestre 2010.** Mod. 595.

**Primer Trimestre 2010.** Mod. E-21.

**Primer Trimestre 2010.** Solicitudes de devolución:

- Introducción en depósito fiscal. Mod. 506.

- Envíos garantizados. Mod. 507.

- Ventas a distancia. Mod. 508.

- Consumos de alcohol y bebidas alcohólicas. Mod. 524.

- Consumo de hidrocarburos. Mod. 572.

(\*) Los operadores registrados y no registrados, representantes fiscales y receptores autorizados (Grandes Empresas), utilizarán para todos los impuestos. Mod. 510.

### IMPUESTO SOBRE VENTAS MINORISTAS DE DETERMINADOS HIDROCARBUROS

**Primer Trimestre 2010.** Mod. 569.

## HASTA EL 30

### NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN FISCAL

**Primer Trimestre 2010.** Cuentas y operaciones cuyos titulares no han facilitado el NIF a las entidades de crédito. Mod. 195.

Relación de personas o entidades que no han comunicado su NIF al otorgar escrituras o documentos donde consten los actos o contratos relativos a derechos reales sobre bienes inmuebles. Mod. 197. ■

# La Xunta ultima una nueva ley del comercio de Galicia

Se trata de un anteproyecto que pretende ser aprobado en junio

Transcurridos 22 años con la actual legislación, el Gobierno autonómico pretende actualizarla para regular las ferias de oportunidades, impulsar los Centros Comerciales Abiertos y crear un Observatorio de Comercio

**L**a Xunta pretende equilibrar la competitividad entre las pequeñas y grandes superficies con la nueva Ley del Comercio, que sustituirá a la actual, con 22 años de antigüedad. José Manuel García Orois, gerente de la Cámara de Comercio, asistió el mes pasado a la presentación del anteproyecto de ley, que podría ser ya una realidad en el mes de junio.

En el texto aparece recogida por vez primera la figura de los Outlets o ferias de oportunidades. Éstas se podrán celebrar previa comunicación a la Dirección Xeral de Comercio y, con carácter general, sólo se permitirán una vez al año, preferentemente en periodo de rebajas. Además, deberán contar con una participación mayoritaria de comerciantes del respectivo ayuntamiento o comarca y su duración se limita a 3 días. Asimismo, según el anteproyecto, quedará prohibido hacer promociones especiales o descuentos desde un mes antes de que se inicien las rebajas.

La nueva ley recoge la creación de un Observatorio do Comercio Galego que servirá como órgano asesor y como mecanismo de conexión con la Administración. Asimismo, se encargará de actualizar la formación de los comerciantes. Este organismo se reforzaría con el Consello Galego de Comercio, que garantizará el interés general en esta materia. Finalmente,



las Mesas Locales de Comercio organizarán la participación, coordinación, cooperación y colaboración entre la Administración local y los agentes comerciales.

Entre las otras novedades destaca la libertad a la hora de rotular los establecimientos en las dos lenguas oficiales. El anteproyecto también protege al consumidor, que se beneficiará de la no caducidad de los vales de compra.

La comunidad autónoma dispondrá de un cuerpo especial de inspectores dedicados en exclusiva al control de la actividad comercial. Entre sus funciones estará el seguimiento de horarios, revisión de etiquetado o de las nuevas fórmulas de promociones, control del periodo de rebajas...■

## Alegaciones

La Federación Gallega de Comercio ha interpuesto alegaciones a la ley que se centran en pedir una mayor participación en los organismos contemplados. Concretamente, reclaman que los representantes del Consello Galego de Comercio sean designados por las propias federaciones. Por otro lado, la Asociación del Pueblo Gitano centra sus demandas en el apartado de la venta ambulante, ya que solicita que se tenga en cuenta el clima a la hora de pagar las tasas por instalar un puesto. También piden representación de este sector en el Observatorio de Comercio. Finalmente, la Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución alegará, entre otras cosas, contra la prohibición de realizar descuentos antes de las rebajas.■

# Nanoimmunotech

## El reto de investigar lo que el ojo no ve

Científicos de la Universidad de Vigo y Zaragoza aúnan su experiencia en una empresa que analiza nanopartículas para sus posibles aplicaciones biomédicas. Se trata de uno de los principales retos a nivel mundial y ellos ya han sido galardonados con el primer premio al mejor proyecto biotecnológico 2008 en España.

**F**ruto de la experiencia e iniciativa de grupos de investigación de las Universidades de Vigo y Zaragoza surgió Nanoimmunotech, creada en agosto de 2009. Se trata de una empresa multidisciplinar formada por médicos, físicos, bioquímicos y biólogos con experiencia contrastada en el campo de la Nanotecnología. Su investigación constituye un reto a nivel mundial, ya que se estima que en tan solo 2 años la mitad de la industria farmacéutica se basará en nanotecnología. Actualmente existen en el mercado más de 1.000 productos “nano”.

### ¿A qué se dedica exactamente Nanoimmunotech?

*Nos dedicamos a realizar estudios de cómo son las nanopartículas que las empresas o grupos de investigación sintetizan y realizamos su caracterización, tanto en sus propiedades químicas, físicas o biológicas. Por ejemplo, si unas determinadas nanopartículas quisieran utilizarse para curar una determinada enfermedad, habría que demostrar primero que no son tóxicas, que no van a producir alergia en el individuo... Asimismo, conjugamos componentes en la nanopartícula para que transporte fármacos, anticuerpos, etc. La empresa también ofrece la obtención de anticuerpos monoclonales “a la carta” (a demanda del cliente) y asesoramiento y validación de nanosistemas como paso previo a su uso en aplicaciones biomédicas.*

---

**“La ausencia de competidores directos a nivel europeo y la asistencia a la feria del sector, en Tokio, nos incita a ser ambiciosos”**

---



### ¿Cómo surgió la idea de montar esta empresa?

*La OTRI (Oficina de Transferencia de Resultados de la Investigación) de la Universidad de Vigo nos animó a plasmar en un plan de negocio la idea y presentarla al foro nacional de Genoma España, donde nos concedieron el ‘Primer premio al mejor proyecto biotecnológico 2008’, lo cual supuso la primera piedra de la empresa.*

### ¿Cuál es vuestro ámbito geográfico de mercado?

*En principio tratamos de cubrir las necesidades del mercado nacional, aunque la ausencia de competidores directos a nivel europeo nos incita a ser ambiciosos, y tras asistir el mes pasado a la feria mundial del sector (NANOTECH2010, en Tokyo) constatamos las excelentes oportunidades de negocio*

## DATOS

**Empresa:** Nanoimmunotech

**Localización:** Plaza de Fernando Conde Montero Ríos 9, Despacho 5.

**Teléfono:** 986 120 143

**Correo electrónico:** info@nanoimmunotech.es

**web:** www.nanoimmunotech.es



*a nivel internacional, así que no cerramos puertas a crecer, aunque siempre dentro de la coherencia y la viabilidad.*

### ¿Quiénes son sus principales clientes?

*Empresas biomédicas, farmacéuticas y biotecnológicas, el mercado agro-alimentario y veterinario, y grupos de investigación dedicados a la síntesis de nanopartículas, fundamentalmente con potencial aplicación biomédica in vivo.*

---

**“El hecho de que la oficina esté presente en un vivero avalado por la Cámara supone también un claro posicionamiento estratégico en cuanto a imagen”**

---

### ¿Cuánto tiempo llevan en el Vivero y cómo lo conocieron?

*Llevamos 4 meses y nos lo sugirieron todos los asesores que aportaron su conocimiento y experiencia en la creación de la empresa. Nuestra experiencia aquí es inmejorable, la situación céntrica del despacho permite realizar todo tipo de gestiones fácilmente, y disponemos de todas las comodidades, sala de juntas incluida, y todo ello a un precio muy asequible. Por otro lado, supone un primer paso de emancipación del ámbito universitario y máxima dedicación a la empresa.*

### ¿Qué opina de la existencia de Viveros de Empresas avalados por las Cámaras de Comercio?

*El hecho de que la oficina esté presente en un Vivero avalado por la Cámara de Comercio supone también un claro posicionamiento estratégico en cuanto a imagen,*

*al igual que en nuestro caso en particular tener cabida como laboratorio en un parque tecnológico del sector como el CITEXVI (Cidade Tecnolóxica de Vigo), en construcción en el Campus de Vigo.*

### ¿Cuáles fueron los principales problemas que encontraron a la hora de montar la empresa?

*El hecho de ser Nanoimmunotech aceptada en el programa de EmpresaConcepto (impulsado por las tres universidades gallegas y el CSIC) supuso una ayuda en cuanto a recursos financieros y humanos, solventando todas las dudas y ayudándonos en todos los trámites y planes de viabilidad. Uno de los logros durante este proceso fue la acreditación como EIBT (Empresa Innovadora de Base Tecnológica) por parte de la Consellería de Trabajo, gracias a la cual financian un porcentaje muy elevado de las nóminas de los trabajadores de nuestra plantilla.*

### ¿El actual momento de crisis no les hizo dudar?

*La actual crisis afecta indistintamente a todos los sectores, pero todo el entorno y la situación fueron favorables a la hora de embarcarnos en esta tarea, incluso a nivel financiero, sin tener que comprometer nuestro patrimonio*

---

**“La creación de este tipo de empresas combate la crisis, ya que el porcentaje de éxito es elevado y se generan puestos de empleo altamente cualificados”**

---

*excesivamente. Por otro lado, creemos que la creación de este tipo de empresas biotecnológicas supone una fantástica opción de contribuir a combatir la crisis, ya que el porcentaje de éxito es elevado y se generan puestos de empleo altamente cualificados. ■*

## ANUNCIOS

### CONVOCATORIAS

**Misión comercial a India.** Del 6 al 12 de junio. Lugar: Bombay, Cochín y Madrás. Sector: pesquero (puertos).

**Misión comercial a Portugal.** Del 24 al 28 de mayo. Lugar: Oporto, Lisboa, Azores, Madeira. Sector: plurisectorial.

**Misión comercial a Rumanía.** Del 8 al 10 de junio. Lugar: Bucarest. Sector: plurisectorial.

### AYUDAS

**Ayudas al fomento del empleo.** Orden del 10 de marzo de 2010 por la que se establecen las bases que regulan para el ejercicio del año 2010, las ayudas y subvenciones para el fomento del empleo a través de los programas de cooperación en el ámbito de colaboración con los órganos y organismos de las Admi-

nistraciones públicas distintas de la local, universidades y entidades sin ánimo de lucro y se procede a la convocatoria para el año 2010. DOG nº54 del 22 de marzo de 2010. Fin: 22/04/2010.

**Ayudas del IGAPE al comercio minorista.** Resolución del 25 de febrero de 2010 por la que se da publicidad al acuerdo del Consejo de Dirección do Instituto Galego de Promoción Económica (IGA-PE), que aprueba las bases reguladoras de las ayudas del IGAPE al sector del comercio minorista, complementarias a la línea de financiación de circulante subsidiado y avalado para autónomos y microempresas (Plan Re-Solve). DOG nº44 del 5 de marzo de 2010. Fin: 30/11/10.

**Ayudas a pequeños comerciantes individuales autónomos que abandonen la actividad comercial.** Orden del 18 de febrero de 2010 por la que se establecen las

bases reguladoras para la concesión de subvenciones a los pequeños comerciantes individuales autónomos que abandonen la actividad comercial. DOG 1 de marzo de 2010. Fin: 05/04/10.

### EMPLEO

Refª 686. **Comercial de Seguros.** Desarrollará su trabajo en toda la provincia de Pontevedra.

Refª 687. **Auxiliar para departamento contable y laboral.** Necesaria experiencia en asuntos fiscales y dominio de programas informáticos específicos. Titulación en Formación Profesional.

Refª 688. **Agente comercial.** Empresa busca representante de bordados decorativos. Se encargará de la venta en museos, palacios, organismos oficiales, asociaciones... Es necesario tener experiencia y poseer una Diplomatura.

Refª 689. **Técnico comercial.** Es imprescindible tener conocimientos de seguridad en maquinaria y en Prevención de Riesgos Laborales. Experiencia mínima de 2 años en el sector. Edad: mayor de 30 años.

Refª 691. **Gestor de proyectos.** Se necesita gestor de proyectos autonómicos y nacionales. La titulación mínima requerida es una licenciatura. Imprescindible nivel alto de inglés. Experiencia en asesoramiento y gestión de proyectos de I+D+i.

Refª 692. **Departamento de ventas.** Empresa de seguridad y salvamento marítimo selecciona persona para trabajar en su departamento comercial. Necesario nivel fluido de inglés. Se valorará experiencia en el sector pesquero.

#### Información de ofertas:

empleo@camaravigo.com

Tel.: 986 44 63 43

www.camaravigo.es ■

La Cámara te ofrece la posibilidad de anunciar tu empresa con tarifas en crisis

#### CONTACTO CONTRATACIÓN PUBLICIDAD

Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Vigo

C/República Argentina 18 A - Vigo - Pontevedra - España - 36201. Teléfono: 986 43 36 92. Fax: 986 43 56 59

Correo electrónico: comunicacion@camaravigo.com. Web: www.camaravigo.com

## AECID y las Cámaras reforzarán la presencia de empresas españolas en los programas de cooperación en terceros países

La Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) del Ministerio de Asuntos Exteriores y el Consejo Superior de Cámaras de Comercio han firmado un acuerdo de colaboración para reforzar la presencia del sector privado en los programas de cooperación en terceros países.

Los objetivos principales del acuerdo son:

**1** Desarrollar el tejido productivo y empresarial en los países en desarrollo, con el fin de lograr la sostenibilidad de sus economías.

Para ello, las Cámaras de Comercio y la AECID estudiarán los programas que realizan las propias Cámaras, susceptibles de ser transferibles a otros países y que han sido clave para el desarrollo y consolidación de las PYMES

españolas. Este es el caso de los programas de creación de empresas, de fomento del espíritu empresarial, de formación, de implantación de nuevas tecnologías o de apoyo a la mujer emprendedora.

**2** Reforzar la participación de las empresas españolas en los programas de cooperación al desarrollo para facilitar su participación en concursos y licitaciones públicas.

Para ello, la AECID transmitirá a las Cámaras aquellos proyectos que puedan ser de interés empresarial y la red cameral hará llegar esa información a las propias empresas. El objetivo es que aumente el número de empresas españolas que participan en estos proyectos y, así, mejorar el retorno de los fondos que España destina a cooperación internacional.

## La antena cameral de Gondomar estrena oficina

Tras años prestando servicio en la rúa Conde, la antena cameral de Gondomar ha trasladado su oficina al Campo das Cercas s/n, en el Centro Neural del municipio (muy cerca de su antigua ubicación) donde cuenta con unas instalaciones más adaptadas a sus necesidades.

Las antenas son oficinas de la Cámara que prestan servicios en distintos ayuntamientos para estar más cerca de las empresas de su demarcación territorial. De esta forma, proporcionan una respuesta local a las demandas de las pymes.

La Cámara de Vigo tiene oficinas territoriales también en Salvaterra y Pontearreas. En general, ofrecen servicios de interés empresarial, como asesoramiento en comercio interior, formación, apoyo a emprendedores... ■





## VIVERO DE EMPRESAS DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE VIGO

Plaza de Fernando Conde Montero-Ríos, 9. Tel.: 986 120 104. Fax: 986 120 105. [viverodeempresas@camaravigo.com](mailto:viverodeempresas@camaravigo.com)  
Consulte requisitos de ingreso y condiciones en [www.camaravigo.com](http://www.camaravigo.com)

AMETS. Despacho 15. Tlf: 986 120 134. ASDESE. Despacho 12. Tlf: 886 137 094. A TROITA DE PÉ, S.C. Despacho 19. Tlf: 886 113 090. CARMEN PAZOS - ECONOMISTA. Despacho 16. Tlf: 886 113 126. CERBERO SEGURIDAD INFORMÁTICA. Despacho 13. Tlfno. 986 160 120. DATA KEEPER. Despacho 6. Tlf: 986 120 124. DIGALICIA. Despacho 7. Tlf: 986 120 120. DOMIOLO. Despacho 11. Tlfno. 886 131 081. IURIS CONSULTORA. Despacho 10. Tlf: 986 120 113. NANOIMMUNOTECH. Despacho 8. Tlf: 986 120 143. NEXLAN. Despacho 3. Tlf: 986 120 111. TRIQUETA VERDE. Despacho 9. Tlf: 886 134 197. UXA. Despacho 14. Tlf: 986 120 127. VIGOMARINE SERVICES. Despacho 1. Tlf: 986 120 116. VISUAL PROJECT. Despacho 17. Tlf: 986 120 138.