

AÑO 7 N° 74 MARZO 2010

ÁREA

Cámara

Vigo

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

Comercio Exterior

Centroamérica,
el mercado de las
oportunidades

Formación

Optimiza tu
negocio en la red

Turismo

Los mejores cruceros
del mundo se dan cita
en Miami

Reportaje

Elecciones 2010

Las Cámaras de Comercio de Galicia
inician el proceso oficial para
la renovación de los Plenos

Las barbas del vecino

El pasado día 23 de Febrero saltaba la noticia. En una reunión mantenida con los sindicatos, el máximo responsable de la planta viguesa del grupo PSA, anunció que, debido a los recortes en los pedidos de automóviles recibidos de la estructura comercial del grupo, se prevé, con carácter prácticamente inmediato, un recorte en el empleo de unos 700 puestos de trabajo, que afectarán a contratos eventuales. A esta preocupante noticia, le ha seguido, sin prácticamente solución de continuidad, la de que este descenso en el empleo tendrá como consecuencia, una bajada en la industria auxiliar que aumentará su repercusión hasta entorno los 2.000 empleos.

El sector del automóvil fue uno de los primeros en verse seriamente sacudido por la crisis financiera. El bloqueo del crédito al consumo y la incertidumbre provocó, ya en 2008, y en los primeros meses de 2009, caídas brutales en las ventas, en todos los países occidentales. Como consecuencia, se han reducido plantillas en la práctica totalidad de las plantas de producción de automóviles de Europa. Incluso la propia General Motors se encuentra en proceso concursal, proceso aún no resuelto, y su filial europea, OPEL, soporta desde hace meses graves incertidumbres sobre su futuro, a pesar de las ya multimillonarias ayudas recibidas del gobierno alemán.

En la segunda mitad de 2009, los estímulos públicos a la compra de automóviles, junto con la mejor evolución

de la situación económica en los principales países europeos, hizo que las cifras de ventas experimentasen una clara mejoría, aliviando la tensión.

La planta del grupo PSA ha tenido la suerte de ser, de momento, la única en nuestro país que no se ha visto obligada a presentar un ERE, absorbiendo las bajadas en la producción mediante otros mecanismos. Es necesario decir bien alto que este hecho ha supuesto un alivio mucho mayor de lo que muchos imaginamos para la economía de nuestra ciudad y su área.

En este año pasado, hemos visto a nuestros vecinos pelarse las barbas. O lo que es lo mismo, hemos visto como plantas de primer orden de varios grupos de la máxima relevancia, se veían en la necesidad de presentar EREs para ajustar su producción a la menor demanda, y permitir la viabilidad de las empresas. Pero no es seguro que hayamos sabido poner nuestras propias barbas a remojo y prepararnos, tomando medidas para mejorar la competitividad, de las empresas de este sector y de las de otros.

Esperamos que las autoridades, tanto del gobierno central como autonómico entiendan la importancia estratégica que el sector de la automoción tiene y sepan ser suficientemente flexibles para permitir una continuidad sólida y sin sobresaltos. ■

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



Nava Castro Domínguez

Directora Xeral de Comercio

O valor engadido do comercio galego

Actividade comercial, e en concreto o comercio de proximidade, é unha das pezas clave da nosa economía, xa que grazas á súa capacidade de xeración de emprego e riqueza actúa como un eixo de vertebración socioeconómica. En realidade, o comercio é a forma máis inmediata que temos todos os cidadáns para comprender, experimentar e participar na economía cotiá que é, en definitiva, a economía real. A dicir verdade, considero evidente que os comerciantes galegos están a demostrar unha inesgotable capacidade para dinamizar a actividade económica e social das nosas vilas e cidades. Por iso, convértese nunha cuestión de responsabilidade pública asegurar o compromiso inamovible da Consellería de Economía e Industria e de todo o Goberno galego co impulso do noso comercio e a mellora continuada de todos os servizos que redundan no seu beneficio.

A calidade dos produtos e servizos galegos é un feito que non está en discusión, é unha vantaxe competitiva que debemos explotar ao máximo. Nos podemos competir en calidade, porque o noso comercio pode ofrecer produtos que posúen o valor engadido da calidade. Por iso, cando se fala de Galicia Calidade, creo sinceramente que se está a falar de algo máis que dunha marca. Galicia Calidade é a filosofía que tradicionalmente ten inspirado ao noso tecido comercial, e agora cómpre facela visible dentro e fora da nosa comunidade, e temos que facelo porque é bo para a nosa economía, e máis porque temos todo o necesario para conseguilo.

Dende a Consellería de Economía e Industria estamos convencidos de que a principal fortaleza do noso comercio é a súa calidade. Este é o valor engadido que se lle ofrece ao consumidor a través do distintivo de calidade do comercio galego referido ás características dos establecementos de venda, así como dos servizos que ofrecen, que deben desenvolverse dende a responsabilidade social e o compromiso cuns consumidores cada vez máis esixentes. Por iso, considero que as marcas Galicia Calidade e Artesanía de Galicia son dúas ferramentas fundamentais que garanten o prestixio e a excelencia dos produtos galegos. De feito, nestes momentos na Consellería de Economía e Industria estamos a afrontar un reto máis que apaixonante para presentar un comercio moderno e competitivo, preparado especialmente para a chegada de visitantes neste ano Xacobeo 2010. De feito, dende o comezo da lexislatura traballamos arreo para desenvolver liñas de acción que contribúan a consolidar un comercio de calidade e dinámico, axeitado para adaptarse aos novos tempos. Co obxectivo de potenciar a innovación e a competitividade do noso comercio, a Consellería vén de poñer en marcha o Plan Ágora, Agora Recomercia, unha ferramenta de actuación integral eficaz para contribuír ao progreso e á innovación do comercio de proximidade.

Este proxecto está constituído por un conxunto de actuacións estratéxicas que supoñen unha aposta clara pola modernización do pequeno comercio, a innovación e a incorporación das novas tecnoloxías; o impulso da cooperación empresarial, a formación continua dos comerciantes; o fomento da calidade no comercio e nos produtos galegos; a dinamización dos comercio tanto urbano como rural, estimulando o comercio local e apoiando especialmente os centros comerciais abertos das vilas galegas; a modernización dos mercados municipais e máis o incremento e mellora do comercio nas zonas do rural de Galicia. Deste xeito, prestamos especial atención á modernización do pequeno comercio galego para incrementar o grao de atracción comercial. O noso obxectivo é profesionalizar ao sector e potenciar novas formas de xestión, integración, venda e servizo; ao mesmo tempo que fomentamos a innovación e a inserción das novas tecnoloxías no comercio e á promoción e expansión do comercio retalista tanto en novos mercados nacionais como internacionais. Sen embargo, na miña opinión cómpre enmarcar todas estas iniciativas nun contexto comercial asentado sobre un marco xurídico adaptado á realidade social e económica da Galicia actual. É urxente proporcionar ao noso tecido comercial a seguridade xurídica que garanta o seu desenvolvemento presente e futuro, por iso creo que a nova Lei de Comercio que estamos a elaborar dende a Consellería de Economía e Industria ven a dar resposta a unha necesidade moitas veces plantexada polo sector. ■

IPC España
Enero 2010

ÍNDICE GENERAL
106,7/ VARIACIÓN
EN UN AÑO 1,0%
Alimentos y bebidas
no alcohólicas.
108,0/-2,4%. Bebidas
alcohólicas y tabaco.
127,7/11,8%. Vestido
y calzado. 92,8/-1,1%.
Vivienda. 113,5/1,2%.
Menaje. 106,5/0,6%.
Medicina. 97,7/
-1,3%. Transporte.
105,1/6,3%. Comunicaciones.
99,3/-0,5%. Ocio
y cultura. 96,7/
-1,6%. Enseñanza.
114,5/2,6%. Hoteles,
cafés y restaurantes.
111,9/1,1%. Otros
bienes y servicios.
110,5/1,8%.

Bienvenidos a Centroamérica, el mercado de las múltiples oportunidades

El conjunto lo hace interesante. Centroamérica es un gran mercado con diferentes nichos de negocio de acuerdo a la realidad socioeconómica de cada uno de los países que lo conforman. Su potencial de crecimiento lo convierte en un destino muy atractivo para exportar, no por las características individuales de cada uno de sus estados (Guatemala, El Salvador, Honduras, Costa Rica, Nicaragua y Panamá) sino desde un punto de vista integral. En los últimos años, Galicia ha conseguido incrementar paulatinamente su presencia a través del establecimiento de acuerdos con empresas locales. Las misiones comerciales a es-

tos países se celebran anualmente desde hace más de una década, ya que el hecho de compartir el idioma favorece la relación comercial. En esta ocasión, una docena de empresas gallegas de sectores tan dispares como el farmacéutico-veterinario, el de conservas, madera, granito, editorial, telecomunicaciones... viajarán del 7 al 21 de marzo a Guatemala, Costa Rica y Panamá de la mano de la Cámara de Comercio de Vigo. Algunas aprovecharán para establecer contactos en Nicaragua y Honduras. La acción se enmarca dentro del Plan FOEXGA para el fomento de las exportaciones gallegas.



PANAMÁ: una economía volcada con el Canal

Este país de poco más de 3 millones de habitantes es hoy en día la economía que más crece de Latinoamérica. El Canal marcó su desarrollo y se convirtió en su principal activo. Su futura ampliación, que previsiblemente finalizará en 2014, supone una importante fuente de actividad en el país. El sector servicios centra su economía (75% del PIB) en base a tres importantes actividades: logística y distribución en la Zona Libre de Colón, el transporte marítimo a través del Canal y los servicios financieros. Y por supuesto, todo orientado a

la exportación. Además, en los últimos años se ha desarrollado también una fuerte industria turística. La Zona Libre de Colón es la segunda Zona Franca del mundo después de Hong Kong; aglutina a unas 2.700 empresas que realizan actividades de importación, transformación, almacenamiento y reexportación de productos exentos de derechos arancelarios y otros impuestos. Sin embargo, en Panamá apenas existe base industrial y ésta se limita casi exclusivamente a las manufacturas agroalimentarias. El sector

agrícola está más desarrollado y es uno de los principales generadores de empleo.

Los patrones de consumo de la ciudad de Panamá se diferencian de los del resto del país, ya que en ella reside la población con mayor poder adquisitivo y se impusieron los productos y costumbres norteamericanos.

Aunque España es su primer socio europeo, sus exportaciones representan un insignificante 2%. Las razones de esta discreta presencia radican en la competencia de China y en la apreciación del euro respecto al dólar, lo que, unido a la fuerte presencia comercial de EEUU, deja poco margen de maniobra. Sin embargo, la expansión de algunos sectores de la economía, en especial de la construcción, está generando nuevas oportunidades en segmentos como el de materiales para fabricación, bienes de equipo y de consumo. Otro punto a favor es que empieza a surgir una demanda de productos de gama media-alta, donde España tiene mucho que ofrecer. ■



GUATEMALA: la puerta de entrada

Con cerca de 13 millones de habitantes, Guatemala cuenta con una incipiente clase media más numerosa que en otros países del área. Sin embargo, las diferencias son muy grandes y alrededor del 60% de la población vive en condiciones de pobreza. Desde 1996 es una democracia tras padecer 36 años de conflicto.

La actividad económica del país (la décima de Sudamérica) está centrada en la ciudad de Guatemala. El hecho de que esté razonablemente bien comunicada con el resto del área hace que la mayoría de distribuidores se encarguen de toda la región desde este país. Por estos motivos, se puede considerar como la puerta de entrada a América Central.

En general, el acceso al mercado en la mayoría de sectores es libre y los aranceles no son demasiado elevados. El suelo, muy fértil, es el recurso más importante de Guatemala, que es básicamente un país forestal en el que el sector agrícola juega su gran baza, siendo el mayor exportador de cardamomo a nivel mundial, el quinto de azúcar y el séptimo de café. El turismo es el segundo generador de divisas para el país.

Sus principales socios comerciales son EEUU y Centroamérica. Las exportaciones guatemaltecas a EEUU representan el 40% del total y las importaciones el 38%. Sus principales importaciones son petróleo y minerales, maquinaria y equipos eléctricos y de telecomunicaciones, químicos (incluidos los farmacéuticos) textiles, material de transporte, metales y sus manufacturas... ■



COSTA RICA: el país más visitado

Costa Rica fue tradicionalmente un país agrícola. Sin embargo, en los últimos años ha experimentado una importante transformación de su estructura económica. Las inversiones extranjeras y la evolución de sus ex-

portaciones han consolidado el sector servicios hasta hacer de este país el más visitado de América Latina, con una amplia infraestructura turística y prestando especial interés al turismo ecológico. La población del país asciende a unos 4.300.000 habitantes, siendo

las principales ciudades San José, Alajuela y Cartago (en esa zona vive el 60% de la población). Su historia democrática, sin ejército desde 1948, lo confirma como uno de los países más estables del continente. Mientras que en 1980 las exportaciones agrícolas (café, banano, etc.) constituían el 60% del total, actualmente sólo son el 11,3%. Hoy en día se exportan microestructuras y circuitos eléctricos, textiles, productos agrícolas, flores, pescado y mariscos... Su principal socio comercial es EEUU, seguido de Asia. Desde nuestra comunidad, los principales productos que se envían son prendas y complementos de vestir, automóviles, preparaciones de carne, pescado y crustáceos... ■

Arranca un mes lleno de citas para la subcontratación industrial

La Cámara de Comercio organiza la participación de empresas en las ferias de Nantes, Parma y Esef, tres de las más importantes de Europa en el sector industrial.



SUBFOURNITURA (PARMA)

Italia es uno de los principales mercados para nuestras empresas subcontratistas, y Subfornitura es la feria más importante del sector en este país. Ésta forma parte de un certamen de mayor dimensión, MEC SPE, el "Salón de la Mecánica Especializada". Así, el evento, que se celebra entre el 25 y 27 de marzo, está constituido por varias ferias de pequeña dimensión, ubicadas en dos pabellones y dedicadas a sectores como estampación, fundición, fijaciones, seguridad, herramientas, transmisión de potencia y subcontratación... En 2009, un millar de expositores de quince países recibieron a más de 23.000 visitantes. Italia está dividida en un norte industrial (donde se encuentra Parma) dominado por grandes empresas privadas y por un sur más agrícola. Su economía fue en 2008 la séptima más grande del mundo y la cuarta más grande en Europa, según el Fondo Monetario Internacional. Además, pertenece al Grupo de los Ocho (G8) de los países más industrializados. ■

Especialización. Es la palabra clave. El mundo industrial la busca cada vez más con el objetivo de favorecer la competitividad final del producto. Ello se traduce en la descentralización de parte de los procesos de fabricación. Empresa (contratista) y suministrador (subcontratista) tienen una magnífica oportunidad de entablar contactos en las distintas ferias del sector. Marzo es un mes prolífico, ya que tienen lugar 3 de las más importantes en Europa.



FERIA ESEF

Entre los días 9 y 12 de marzo de 2010 tendrá lugar en Utrecht (Holanda) una nueva edición de la feria Esef, salón bienal dedicado a la subcontratación industrial. En la edición de 2008, la última celebrada, acudieron más de 32.000 visitantes. El evento constituye una referencia en el sector del suministro industrial. Este año se va a celebrar con TechniShow, feria de tecnología de producción industrial que atrajo más de cincuenta mil visitantes en su última edición. Ambas son complementarias y, seguramente, juntas consigan acaparar todavía más atención. La economía de los Países Bajos destaca por su alto grado de competitividad, situándose en el octavo puesto de la tabla mundial. El comercio representa más del 80% de su PIB y si se suman sus importaciones y exportaciones, a pesar de que su población tiene un peso relativo del 0,22% respecto a la del planeta, su comercio equivale al 4% del total. ■

FERIA DE SUBCONTRATACIÓN DE NANTES

El "Salon de l'Industrie et de la Sous-traitance du Grand Ouest", en Nantes (Francia) se celebra cada 2 años y consiguió en la pasada edición la participación de 400 expositores y la visita de más de 8.500 profesionales. El 99% de los asistentes son franceses un 1% del extranjeros. Los sectores más representativos son el Aeronáutico (14%), Automóvil (13%), Equipos industriales (12%), Construcción (11%), Equipos eléctricos (9%), Naval (8%), Energía y medioambiente (8%), Agroalimentario (7%)... El "Grand Ouest" está constituido por 5 regiones (Basse-Normandie, Bretagne, Pays de la Loire, Poitou-Charente, Limousin) y cuenta con más de 10 millones de habitantes. Su PIB es comparable al de Grecia, Dinamarca o Portugal y dispone de 17 de los 69 polos de competitividad que hay en Francia. En definitiva, el "Grand Ouest" es una importante región industrial con más de 45.000 empresas que generan más de 750.000 empleos. ■

Las empresas de congelado gallegas buscan suerte en EEUU

La feria norteamericana Boston Seafood se ha convertido, tras más de 10 años, en una cita ineludible para la Cámara de Comercio. Como en la anterior edición, acudirá con empresas del sector que se instalarán de forma agrupada o, como novedad, independientemente.

B

oston Seafood es una cita obligada para la Cámara de Comercio de Vigo. La participación de la entidad en la feria americana se remonta a 10 años atrás, cuando comenzaron a realizarse visitas con empresas de la demarcación. Sin embargo, ya desde la edición anterior, la Cámara asiste con un stand, ya que, actual-



INTERNATIONAL
BOSTON
SEAFOOD SHOW



mente, ningún organismo gallego ni español organiza una participación agrupada (antes lo hacía el FROM). La principal novedad de 2010 es que nuestras empresas tendrán la opción de instalarse conjuntamente o en puestos independientes, y algunas incluso llevarán muestras de productos precocinados. En total, acudirán 11 firmas de congelado de toda Galicia. Este evento es especialmente interesante para la Cámara de Comercio a tenor de las propias cifras de exportación a EEUU. De hecho, los últimos datos indican que la industria gallega vendió a Estados Unidos pre-

parados a base de pescados, moluscos y crustáceos por valor de casi diez millones de euros. Por capítulos de la exportación, estos productos ocuparon el octavo puesto entre los más vendidos por Galicia a ese país (el ranking lo encabezan combustibles, máquinas, productos farmacéuticos, vehículos, madera y prendas de vestir). No es de extrañar, por tanto, que las empresas procesadoras estén muy interesadas en consolidar y aumentar su presencia a través de distribuidores

lo- c a - les o m a y o - ristas norteamericanos. Y la vía de entrada está en ferias como la Boston Seafood, que cada dos años congrega a las firmas de los subsectores de productos del mar, equipamiento, servicios, logística y productos complementarios. Hasta ahora, y gracias a ella, se han constituido sólidos contactos empresariales para conseguir los productos que desean los clientes al mejor precio posible. ■

Proceso electoral en las Cámaras

Las Cámaras de Comercio españolas han abierto el proceso electoral para la renovación de los Plenos, según reza la orden ITC/2019/2009, de 22 de julio, del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, y por lo establecido en el Decreto 431/2009, de 19 de noviembre, de la Xunta de Galicia, aplicable a las Cámaras gallegas. El proceso se inició con la exposición del censo electoral de cada Cámara, que en el caso de la institución viguesa finalizó el pasado mes de diciembre. El procedimiento electoral en las cámaras se alargará hasta mediados del 2010, por lo que en este reportaje ofrecemos algunas claves para entender la mecánica del mismo.

CALENDARIO

¿Cuándo tendrán lugar las elecciones en las Cámaras?

El proceso electoral para la renovación del Pleno en las Cámaras se recoge en la orden ITC/2019/2009, de 22 de julio, del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, y por lo establecido en el Decreto 431/2009, de 19 de noviembre, de la Xunta de Galicia, aplicable a las Cámaras gallegas. En este sentido, la Dirección Xeral de Comercio, órgano tutelante de las Cámaras de Comercio en Galicia, acaba de publicar la resolución del 12 de febrero de 2010 por la que se convocan oficialmente las elecciones para la renovación de los plenos de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación de Galicia.

¿Quién puede votar en las elecciones para la renovación del Pleno de la Cámara de Comercio de Vigo?

Pueden participar en este proceso los 31.059 electores de la demarcación de la Cámara de Comercio de Vigo (formada por los municipios de Baiona, Gondomar, Nigrán, Mondariz, Mondariz. Balneario, Salvaterra de Miño, As Neves, Pontareas y Vigo). Los requisitos necesarios para poder participar como elector están recogidos en la Ley 3/1993 de 22 de marzo, básica

de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación; en la Ley 5/2004, de 8 de julio, de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación de Galicia y en el Decreto 431/2009, del 19 de noviembre, de la Consellería de Economía e Industria.

- Queda establecido que tendrán condición de electores las personas físicas o jurídicas, nacionales o extranjeras, que realicen actividades comerciales, industriales o navieras en el territorio gallego y que figuren inscritas en el último censo aprobado por la corporación cameral
- Del mismo modo, se requiere la edad y capacidad fijadas en la legislación electoral vigente.
- Llevar como mínimo dos años en el ejercicio de la actividad empresarial en la demarcación de esta Cámara. Esta circunstancia se acreditará mediante el alta en el impuesto de actividades económicas correspondiente o, en su caso, acreditación equivalente para el ejercicio de la actividad, en el supuesto de países de la Unión Europea
- Estar al día en el pago del recurso cameral permanente o, en su caso, tener acreditada la presentación de un recurso contra la resolución correspondiente o la concesión de una moratoria o de un adelanto de pago.
- No ser empleado de la Cámara de Comercio de Vigo ni estar partici-

pando en obras o concursos que aquella convoque

- Los empresarios individuales ejercerán si derecho al voto personalmente mientras que las personas jurídicas lo harán mediante representante con poder suficiente.
- Los electores que figuren en más de un grupo podrán votar en cada uno de ellos.
- Las personas naturales o jurídicas que tengan sucursales o agencias en circunscripciones correspondientes a la demarcación de varias Cámaras podrán votar y ser votadas en cada una de ellas.

¿Quién forma la Junta Electoral?

La Junta Electoral cuenta con tres representantes de los electores, que fueron elegidos el pasado mes de febrero y mediante un sorteo, por el Pleno de la Cámara. Además, la Junta Electoral está compuesta también por dos representantes designados por el órgano tutelante: la Dirección Xeral de Comercio de la Xunta de Galicia.

¿Qué requisitos son necesarios para ser candidato?

Además de los indicados para poder votar, para formar parte de los ór-

ganos de gobierno son necesarios los siguientes requisitos:

- Tener nacionalidad española, de algún Estado miembro de la Unión Europea o similar.
- Llevar como mínimo dos años en el ejercicio de la actividad empresarial en los territorios citados.
- No estar en descubierto en el pago del recurso cameral.
- Estar incluido en el Censo Electoral dentro del Grupo y Categoría a la cual opta.
- No ser empleado de la Cámara ni estar participando en obras o concursos que ésta convoque en el momento de presentar candidaturas o de celebrar elecciones.
- No encontrarse inhabilitado por incapacidad, inelegibilidad o incompatibilidad, ni estar incurso en un proceso concursal calificado de culpable o cumpliendo pena privativa de libertad.

¿Cómo estará formado el nuevo Pleno de la Cámara de Vigo?

Lo formarán los siguientes grupos:

- 50 vocales elegidos por sufragio entre todos los electores de la Cámara clasificados por grupos y categorías (18 grupos).
- 8 vocales elegidos de entre una lista propuesta por las organizaciones empresariales más representativas (en este caso, la Con-

4 marzo. Fecha límite para la presentación de candidaturas. **23 marzo.** Plazo límite para la proclamación de candidaturas por la Junta Electoral. **6 de abril.** Inicio de la campaña electoral. **20 de abril.** Cierre de la Campaña Electoral. **22 de abril.** Votación (de 9:00 a 21:00 horas). **29 de abril.** Fin de plazo para la notificación a las personas candidatas y publicación de los resultados por la Secretaría de la Cámara. **25 de mayo.** Votación de los vocales propuestos por las organizaciones empresariales. **1 de junio.** Fin de plazo para la notificación a las personas candidatas y publicación de los resultados por la Secretaría de la Cámara. **1 de junio.** Fin de plazo para la notificación a las personas candidatas y publicación de los resultados por la Secretaría de la Cámara. **25 de junio.** Fin de plazo para la celebración de la sesión constitutiva.

federación de Empresarios de Galicia, que propondrá una lista de 11).

- Los vocales cooperadores: elegidos por el Pleno que tienen voz pero no voto. Los Vocales Cooperadores son aquellas personas, elegidas por el Pleno, a propuesta del Comité Ejecutivo, que por su reconocida competencia en materias relacionadas con el comercio, la industria o la navegación puedan colaborar e ilustrarle en el estudio y resolución de sus problemas, así como en el cumplimiento de sus funciones. El pleno saliente cuenta con 7 Vocales Cooperadores.

¿Es necesario realizar la votación siempre?

Cuando el número de candidatos proclamados por un grupo o categoría sea igual al de miembros a

elegir, su proclamación equivaldrá a la elección, así que la votación no tendrá que realizarse. Si por el contrario, el número de candidatos fuese inferior al de los miembros a elegir, tendrá que hacerse un sorteo entre las empresas del grupo o categoría correspondiente

¿Cómo se elige al Presidente y al Comité Ejecutivo?

Una vez elegido el nuevo Pleno se procederá a la votación, por este orden, del presidente y de las personas que integrarán el Comité Ejecutivo. Cada vocal del Pleno de manera individual puede optar a ser elegido como:

Presidente
Vicepresidente 1º
Vicepresidente 2º
Tesorero
6 vocales ■

Optimiza tu negocio en la red

La opción de Internet como herramienta del trabajo para las empresas ha supuesto una verdadera revolución, tanto por la reducción de costes como por la eliminación de barreras temporales y espaciales. Así, la utilización de las tecnologías de la información y comunicación (TIC), resultado de la integración de las telecomunicaciones y de la informática se ha convertido en una pieza clave para los negocios.

La "red de redes" es hoy en día un canal desde donde vender directamente a los consumidores de todo el mundo con un mínimo coste, ya que permite difundir la información sobre nuestra empresa a nivel mundial llegando a millones de posibles compradores. La publicidad tradicional también ha sufrido una profunda transformación. Por eso, el departamento de formación de la Cámara

de Vigo propone para este mes el seminario "Publicidad online: control de los resultados", una jornada para conocer las posibilidades que ofrece el marketing en Internet (catálogos electrónicos de productos, publicidad on-line, posicionamiento en buscadores, e-mail marketing, etc), así como las claves para definir y ejecutar una campaña de publicidad on-line.



SEMINARIOS

El nuevo marco del transporte internacional: las reglas de Rotterdam

Duración: 2 horas
Fechas: 04/03/2010
Horario: de 16:30 a 18:30 h.

Firma digital y facturación electrónica

Duración: 4 horas
Fechas: 11/03/2010
Horario: de 9:30 a 13:30 h.

Publicidad online: control de los resultados

Duración: 4 horas
Fechas: 25/03/2010
Horario: de 9:30 a 13:30 h.

CURSOS GENERALES

Contabilidad informatizada: Contaplus

Duración: 15 horas
Fechas: del 01/03/2010 al 05/03/2010
Horario: dos grupos, de 16:00 a 19:00 horas y de 19:00 a 22:00 h.

Análisis de Balances

Duración: 12 horas
Fechas: del 1 al 4 de marzo
Horario: de 19:00 a 22:00 h.

Nóminas Informatizadas: Nominaplus

Duración: 15 horas
Fechas: del 08/03/2010 al 12/03/2010
Horario: dos grupos, de 16:00 a 19:00 horas y de 19:00 a 22:00 h.

Facturación informatizada: Facturaplus

Duración: 12 horas
Fechas: del 15/03/2010 al 18/03/2010
Horario: dos grupos, de 16:00 a 19:00 horas y de 19:00 a 22:00 h.

Captación y Fidelización de Clientes

Duración: 9 horas
Fechas: del 16/03/2010 al 18/03/2010
Horario: de 19:00 a 22:00 h.

Matemáticas Financieras Aplicadas a la Empresa

Duración: 16 horas
Fechas: del 22/03/2010 al 08/04/2010
Horario: de Lunes a Jueves de 17:00 a 21:00 horas. 22 y 25 de Marzo, 5 y 8 de Abril.

Gestión de Tesorería

Duración: 15 horas
Fechas: del 22/03/2010 al 26/03/2010
Horario: de Lunes a Viernes de 19:00 a 22:00 h.

CURSOS EN LAS OFICINAS TERRITORIALES DE LA CÁMARA (PONTEAREAS)

Módulo III: Adaptabilidad

(innovación, nuevas técnicas de promoción y venta, orientación al cliente)
Duración: 12 horas
Fechas: del 09/03/2010 al 30/03/2010
Horario: martes 9, 16, 23 y 30 de marzo de 17:00 a 20:00 h.

INFORMATICA

Hoja de Cálculo Excel Avanzado (Nivel II)

Duración: 30 horas
Fechas: del 08/03/2010 al 22/03/2010
Horario: dos grupos, de 16:00 a 19:00 horas y de 19:00 a 22:00 h.

COMERCIO EXTERIOR

Gestión Aduanera II: Regímenes Aduaneros Especiales y Fiscalidad Internacional

Duración: 24 horas
Fechas: del 08/03/2010 al 23/03/2010
Horario: de Lunes a Viernes de 19:00 a 22:00 h.

Prorrogado el Plan Resolve de apoyo financiero

Economía e Industria prorroga hasta el 30 de junio de 2010 el plazo de presentación de solicitudes en el marco del plan Resolve para mantener el apoyo al financiamiento de circulante para autónomos, microempresas y pymes. A través del Igape se busca respaldar a los autónomos y a las micropymes con menos de 10 empleados. El objetivo que persigue es facilitar nuevas operaciones de financiación (quedando excluida la sustitución de préstamos bancarios preexistentes). El importe mínimo de las operaciones es de 3.000 euros y el máximo de 40.000. Con esta línea de créditos se pretende que los pequeños negocios puedan afrontar sus necesidades de pago más inmediatas. El plazo de vigencia de los créditos es de tres años, siendo el primero de carencia, a un tipo de interés variable semestralmente (Euríbor 6 meses +2,15 puntos). A partir del segundo año, el 50% del crédito se amortizará con pe-



riodicidad mensual o trimestral. La otra mitad se devolverá al vencimiento. El Igape y las sociedades de garantía avalan los préstamos. El procedimiento para obtener el préstamo o crédito es sencillo: el interesado debe acudir a la Entidad Financiera en la que lo solicitará, si la operación es aprobada el interesado cumplimenta la solicitud de ayuda al IGAPE a través de su Oficina Virtual, o acudiendo a cualquiera de las Oficinas Territoriales del IGAPE. ■

Presentación de NAVALIA 2010



El próximo 4 de marzo el Centro Social Caixanova acogerá la presentación de Navalia 2010. La Feria Internacional de la Industria Naval celebrará este año su tercera edición con excelentes cifras de participación, sobre todo si se tiene en cuenta el delicado momento que atraviesa la economía mundial. Y es que, a tres meses de la feria, la ocupación supera ya el 80%, cifra que supone un aumento de casi un 17% con respecto a la misma fecha de 2008.

En cualquier caso, y de seguir evolucionando de manera tan positiva, la feria cerrará con un cartel de "lleno absoluto", con una importante e incrementada presencia internacional. Cabe destacar también que, además de los expositores que llegarán a NAVALIA por primera vez, también serán muchas las empresas que decidan repetir. En este sentido, el 10% de estos expositores volverán a la ciudad olívica aumentando el número de metros cuadrados. ■

CONVOCATORIAS

Visita a la Feria Bauma. Del 21 al 24 de abril de 2010. Lugar: Alemania (Munich). Sector: maquinaria de construcción.

Misión Comercial a los Balcanes. Del 9 al 15 de mayo de 2010. Lugar: Croacia, Eslovenia y Bosnia Herzegovina. Sector: plurisectorial.

Misión Comercial Inversa a Navalía. Del 18 al 20 de mayo. Lugar: Vigo. Sector: naval.

Misión comercial a Italia. Del 24 al 28 de mayo de 2010. Lugar: Italia (Milán y zona norte). Sector: plurisectorial.

EMPLEO

Ref^o 674. **Administrativo.** Imprescindible experiencia y dominio de inglés.

Ref^o 677. **Comercial.** Se precisa comercial para llevar cuentas internacionales de empresa de artes graficas. Dominio de inglés.

Ref^o 678. **Persona para departamento de comercio exterior.** Necesaria formación y experiencia en el sector del pescado congelado. Imprescindible dominio de inglés.

Ref^o 679. **Asesor financiero.** Se necesita asesor financiero con experiencia comercial y titulación universitaria.

Ref^o 680. **Administrativo.** Experiencia mínima de 2 años en facturación y con diplomatura en Empresariales. Puesto de trabajo en Salceda.

Ref^o 681. **Ingeniero.** Se precisa ingeniero menor de 30 años para puesto de control de producción, dependerá del jefe de este área y hará seguimiento de los rendimientos de producción y consumo. Necesario nivel de inglés alto. Puesto de trabajo en Salvaterra.

Ref^o 683. **Auxiliar de producción.** Trabaja en la organización de ferias y congresos, concretamente en labores de apoyo a la gestión del servicio de azafatas, compras... Im-

prescindible conocimientos informáticos y experiencia en un puesto similar.

Ref^o 684. **Teleoperador de Telemarketing.** Comercial para departamento de telemarketing. Edad comprendida entre los 20 y 40 años. Titulación mínima: Bachiller o FP.

Ref^o 685. **Comercial.** Se necesita comercial para empresa dedicada a la organización de ferias y congresos. Imprescindible carné de conducir y vehículo propio.

Información de ofertas:
empleo@camaravigo.com
Tel.: 986 44 63 43
www.camaravigo.es ■

Triqueta Verde

El placer de enseñar a un niño

La editorial lanzará próximamente al mercado una colección de 8 libros infantiles bilingües en los que se retrata a grandes genios de la humanidad. La empresa trabaja también en proyectos de gestión cultural y social.

Triqueta Verde es mucho más que una editorial. Su objetivo es sacar libros infantiles al mercado llenos de contenido cultural y social. Pero su misión no acaba aquí, para empezar, serán todos bilingües (de momento castellano/inglés y gallego/inglés) y, además, utilizarán papel libre de cloro para respetar el medio ambiente. Su prueba de fuego será en los próximos meses, cuando lancen al mercado sus ocho primeros cuentos. En esta colección, se retrata de un modo ameno a personajes claves de la humanidad, como Arquímedes, Graham Bell, Galileo... “Estamos ansiosas de que estén en la calle para ver el resultado”, explica Beatriz Urgal, una de las tres socias. Como bien dice, llegar a estos títulos no fue fácil, antes de decidirse investigaron en la literatura infantil checa, árabe... Y finalmente se decantaron por esta colección sudamericana que combina todo lo que estaban buscando. “Son libros que haremos bilingües y en los que padre e hijo, además de leer, pueden interactuar, ya que incluyen experimentos relacionados con el personaje y, también al final, se explican sus leyes o teorías”, comenta Beatriz. Las tres socias proceden del mundo editorial y consideran que, precisamente, el libro infantil “es lo más laborioso”: “tienes que estar atento a las tendencias en el dibujo, las leyes educativas, el lenguaje... Las prin-



cesas de hoy no son las mismas que hace 20 años”, matiza. Sin embargo, es en este sector donde detectaron un reducto con más necesidades. Triqueta Verde trabaja siempre con un equipo de psicólogos y pedagogos a la hora de seleccionar libros y revisar contenidos. Fruto de esta labor quieren sacar al mercado volúmenes destinados a niños con problemas de autismo, dislexia o deficiencias. “En esos casos, por ejemplo, utilizaríamos más pictogramas”, aclara. Su ilusión es poder tener pronto alguna edición propia, “ya que contamos con grandes ilustradores, lo que sucede es que aún no hemos encontrado un relato suficientemente atractivo”. El objetivo final es sacar cada año 10 libros nuevos. La gestión cultural es otro de sus cometidos, así, trabajan con una fundación elaborando contenidos que

dan formación a personas con riesgo de exclusión social. Asimismo, gestionan sus subvenciones. Son tantos sus proyectos y sus ilusiones que el actual momento económico no frenó su deseo de montar su propia editorial. “¿Cuándo lo íbamos a hacer? Seguro que en época de vacas gordas no se le daría tanto mérito a los logros”, recalca. Así, aunque la idea la tenían desde hace tiempo, la pusieron en marcha en noviembre de 2009, cuando entraron en el Vivero. “Lo más complicado fue el tema financiero, porque esto exige un desembolso grande al principio”, comenta. Por este motivo, valoran especialmente el Vivero de empresas de la Cámara de Comercio, ya que reduce los costes. “Es fantástico porque está en el centro de la ciudad, recibes ayudas y apoyo de todas partes y, sobre todo, te permite tener contacto con otros emprendedores con ideas también novedosas”. La ilusión y la tremenda vocación de estas tres mujeres hará que cada año nuestros niños puedan disfrutar de 10 nuevos libros que le harán ser mejores adultos. ■

DATOS

Empresa: Triqueta Verde
Localización: Plaza de Fernando Conde Montero-Ríos. Despacho: 4
Teléfono: 886 134 197
Correo electrónico: info@triquetaverde.com
Web: www.triquetaverde.com

NOTICIA

La Xunta reduce el tiempo de pago de sus facturas

La facturación electrónica ya ha llegado a la administración, lo que significa que la Xunta garantiza mediante este sistema el pago de facturas en 45 días como tope. De esta forma, se acorta en 15 días el máximo legal establecido hasta ahora. A través de un Portal Electrónico se centralizan todas las facturas, que se incorporan a un sistema que, a su vez, permite consultar su estado de tramitación, ya sean enviadas a la Administración en formato digital o en papel, para darle a ambos un trato homogéneo y controlar mejor los pagos pendientes.

El 26 de febrero se incorporó la Consellería de Facenda y Presidencia, sucesivamente se irán añadiendo las demás, hasta el 22 de marzo, cuando ya estará establecida en todos los departamentos. José Manuel García Orois, gerente de la Cámara de Comercio de Vigo, estuvo en la presentación del nuevo sistema, e incidió en la importancia del impulso de las tecnologías para que las pequeñas y medianas empresas puedan renovarse y acceder a “nuevos filones de empleo”. Por otro lado, consideró que de esta forma se avanza “un paso más en la simplificación de los trámites adminis-

trativos”. Orois señaló también que el Consello de Cámaras, a través del servicio Camerfirma, ha distribuido más de 6.000 certificados de firma digital en Galicia desde el año 2000. Marta Fernández Currás, conselleira de Facenda, subrayó que éste “es un primer paso importante” al que seguirá la licitación electrónica. Cree, en definitiva, que con ello se consigue “un mejor servicio a los ciudadanos y empresas, menores costes, mejorar la liquidez de las empresas, así como una gestión moderna, rápida y eficaz”. La Xunta tramitó en 2009 más de 183.000 facturas procedentes de más de 14.500 empresas. ■

CALENDARIO DEL CONTRIBUYENTE

MARZO 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				

HASTA EL 1

IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES

Entidades cuyo ejercicio coincida con el año natural: opción/renuncia a la opción para el cálculo de los pagos fraccionados sobre la parte de base imponible del período de los tres, nueve u once meses de cada año natural. Mod. 036.

Si el período impositivo no coincide con el año natural: la opción/renuncia a la opción se ejercerá en los primeros dos meses de cada ejercicio o entre el inicio del ejercicio y el fin del plazo para efectuar el primer pago fraccionado, si este plazo es inferior a dos meses.

HASTA EL 22

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

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

IVA

Febrero 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.

IMPUESTO SOBRE LAS PRIMAS DE SEGUROS

Febrero 2010. Mod. 430.

IMPUESTOS ESPECIALES DE FABRICACIÓN

Diciembre 2009. Grandes Empresas (*). Mods. 553, 554, 555, 556, 557, 558.

Grandes Empresas. Mods. 561, 562, 563.

Febrero 2010. Grandes Empresas. Mod. 560.

Febrero 2010. Mods. 564, 566.

Febrero 2010 (*). Mods. 570, 580.

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

HASTA EL 31

DECLARACIÓN INFORMATIVA DE ENTIDADES EN RÉGIMEN DE ATRIBUCIÓN DE RENTAS

Año 2009. Mod. 184.

DECLARACIÓN INFORMATIVA DE VALORES, SEGUROS Y RENTAS

Año 2009. Mod. 189.

DECLARACIÓN ANUAL DE DETERMINADAS RENTAS OBTENIDAS POR PERSONAS FÍSICAS RESIDENTES EN OTROS ESTADOS MIEMBROS DE LA UNIÓN EUROPEA Y EN OTROS PAÍSES Y TERRITORIOS CON LOS QUE SE HAYA ESTABLECIDO UN INTERCAMBIO DE INFORMACIÓN

Año 2009. Mod. 299.

DECLARACIÓN ANUAL DE OPERACIONES CON TERCEROS

Año 2009. Mod. 347.

Los mejores cruceros del mundo desembarcan en Miami

La Cámara de Comercio organiza por novena vez consecutiva la visita a la feria Seatrade, la más importante del mundo en el sector

Vigo es el quinto puerto de la Península en número de cruceros y el cuarto en ranking de pasajeros, además, este año se estrena como terminal. Consignatarias, publicaciones especializadas y empresas del naval vigués acudirán a la cita norteamericana, que tendrá lugar entre el 15 y 18 de marzo.



Ser una escala de referencia o un puerto base. Con este objetivo, un año más, acude la Autoridad Portuaria de Vigo a la feria Seatrade de Miami, la más importante del mundo en el sector. La Cámara será coexpositora junto con Durang Shipping del stand donde se ubicará el puerto de Vigo (que reúne a todos los del estado) además, la institución organiza la visita de empresas consignatarias, auxiliares del naval y publicaciones especializadas de Galicia. Desde hace 25 años se reúnen en la ciudad norteamericana la industria auxiliar, consignatarias, armadores, proveedores, destinos, equipamien-

tos... En 2009 se alcanzaron en sus 30.000 metros cuadrados a 900 expositores y 10.000 visitantes de más de 120 países. Según un estudio, entre los que acudieron en 2009 el 46% buscaba equipamiento para barcos; 44% servicios; 56% destinos; 25% alimentos y bebidas; 27% diseño; 30% Información y entretenimiento; y el 13.6% proveedores de Super Yates. Durante los últimos años, Vigo ha alcanzado una posición muy relevante como puerto de cruceros, alcanzando en 2009 el quinto puesto peninsular en cantidad, con 101 buques, y el cuarto en el ranking de

pasajeros, con un record de más de 220.000 turistas. Este año, además, se estrena como puerto base, por lo que las previsiones son todavía mejores. Estas buenas cifras se deben a que Vigo se ha convertido en una escala habitual para los barcos que surcan el Atlántico, de hecho, figura entre los primeros 15 puertos europeos de cruceros integrados en "Cruise Europe". Esta asociación, de la que Vigo es miembro, agrupa a más de 100 puertos (desde Lisboa hacia los Países Bálticos) y, precisamente, el año pasado tuvo lugar en nuestra ciudad la convención anual. ■

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



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
Consulte requisitos de ingreso y condiciones en 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.