

AÑO 7 N° 73. JULIO-AGOSTO 2010

# ÁREA

## Cámara

### Vigo

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

## Subida del IVA

El 92% de las empresas españolas son contrarias a la medida

## Antenas locales

La Cámara creará una “mesa de turismo” para la puesta en marcha de acciones conjuntas

## Emprendedores

La institución tramita el alta de los trabajadores autónomos

Elecciones 2010

**José García Costas,**  
reelegido presidente de la Cámara  
de Comercio de Vigo hasta 2014

La internacionalización de las empresas y la captación de nuevos miembros serán los puntos fuertes del mandato

# La participación de todos

En fechas recientes ha concluido el largo proceso de renovación de los Órganos de Gobierno de las Cámaras de Comercio de Galicia, que culmina con la constitución formal de sus respectivos Plenos, órganos en los que reside la soberanía de las Cámaras, y la elección de sus Presidentes y de los vocales de los Comités Ejecutivos de las Corporaciones.

Es digno de reseñar el importante grado de renovación que el proceso ha supuesto, con cinco Cámaras, de las nueve de nuestra Comunidad, en las que ha resultado elegido un nuevo Presidente. A estos nuevos compañeros deseo, desde estas líneas, hacerles llegar mi más calurosa felicitación que, como podría ser de otro modo, hago extensiva, también, a quienes repiten en sus cargos.

Esta renovación, este aporte de nuevas ideas y visiones, resulta de la máxima importancia para el mundo cameral. Vivimos tiempos difíciles en los que, una vez más, las Cámaras debemos reinventarnos, buscar nuestro sitio, redefinir nuestro papel en un mundo económico complejo y exigente, en el que las empresas nos demandan, no sólo nuevos servicios, sino un nuevo liderazgo. En definitiva, un mundo lleno de nuevas exigencias que tenemos que satisfacer. Y todo ello con un volumen de recursos

decreciente que nos obliga a una lucha constante por la eficiencia.

Las Cámaras somos instituciones más que centenarias a las que la ley nos tiene encomendada “la representación, promoción y defensa de los intereses generales del comercio, la industria y la navegación, y la prestación de servicios a las empresas”. Para ejercer dicha defensa debemos centrarnos, en desempeñar el papel de órganos consultivos y colaboradores de las Administraciones Públicas, que la misma ley nos otorga y nos exige, actuando siempre con el interés general y el público beneficio como meta.

Para poder hacer frente a todos estos retos las Cámaras necesitamos trabajar conjuntamente, colaborando entre nosotros y estableciendo objetivos y programas de trabajo comunes, aunando esfuerzos, atrayendo e implicando a todos los sectores y tamaños empresariales para lograr su participación en nuestros órganos y nuestras actividades. Es imprescindible, además, buscar la cooperación con la administración y su apoyo institucional, operativo y, por supuesto, económico. En definitiva, tenemos el reto de lograr la participación de todos. Es hora de ponerse manos a la obra. ■

**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. FOTOGRAFÍA DE PORTADA: MANUEL RODRÍGUEZ. 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

IPC España  
Abril 2010

ÍNDICE GENERAL  
108,7/ VARIACIÓN  
EN UN AÑO 1,8%  
Alimentos y bebidas  
no alcohólicas.  
107,0/-1,4%. Bebidas  
alcohólicas y  
tabaco. 129,7/-1,4%.  
Vestido y calzado.  
105,7/-0,5%. Vivienda.  
115,2/3,8%. Mensaje.  
107,4/0,2%. Medicina.  
96,9/-0,4%. Transporte.  
108,9/7,9%. Comunicaciones.  
98,4/-1,2%. Ocio y cultura.  
96,9/-1,7%. Enseñanza.  
114,6/2,6%. Hoteles, cafés  
y restaurantes.  
112,8/1,0%. Otros bienes y servicios.  
111,7/2,1%.

# Un año al servicio de los empresarios

La Cámara de Comercio viguesa presenta su anuario de 2009

Más de 80 gestiones diarias, 18.300 servicios prestados, 775 certificados digitales expedidos, casi 6.500 alumnos y 243 cursos de formación. Estas son algunas de las cifras que desvela la Memoria que acaba de publicar la institución cameral, en la que se da cuenta del trabajo realizado por sus departamentos a lo largo del 2009



Llega el momento de echar la vista atrás y hacer un profundo balance de las actividades llevadas a cabo el pasado año. Y todo ello se recoge en la Memoria 2009, un documento que pretende hacer llegar a los usuarios los resultados del trabajo realizado durante el ejercicio anterior. Según este balance anual, se ofrecieron más de 18.300 servicios, lo que supuso una media de 80 gestiones diarias. Como viene siendo habitual desde hace algunos años, la Cámara prestó en 2009 especial atención a los departamentos de Formación y Comercio Exterior, al ser éstos dos de los pilares fundamentales en su política

de apoyo empresarial. Los 243 cursos organizados en las dependencias de Vigo y los 29 de las Antenas camerales constituyeron un programa formativo potente y de calidad del que se beneficiaron 6.498 alumnos. Por otro lado, la Cámara destinó en 2009 el 43% de su presupuesto a acciones de internacionalización, tales como participación en ferias, misiones comerciales, encuentros empresariales o misiones inversas, a las que acudieron más de 300 empresas. El departamento de Promoción Económica, por su parte, atendió 220 consultas específicas sobre comercio exterior. ■

Apoyo incondicional a las empresas de la demarcación

La institución cameral no tiene otro objetivo que el de ser un punto de encuentro para todas las empresas de la demarcación, en el que se sientan representadas y que defienda los intereses generales del comercio y la industria, no sólo en las áreas de formación y comercio exterior, sino también a través de otros departamentos como el destinado al Apoyo a Emprendedores o la Asesoría Jurídica. En este sentido, la Cámara ofrece de forma gratuita a todos sus electores orientación legal en aquellas cuestiones que más les preocupan. El departamento de Empleo y Creación de Empresas asesora a los emprendedores para hacer realidad su idea de negocio. A lo largo del 2009, se contabilizaron hasta 798 personas interesadas en este servicio, del que recibieron información sobre ayudas, subvenciones, listados con posibles clientes o proveedores, además de direcciones de Internet con información relevante sobre diferentes sectores. En lo que respecta a la Bolsa de Empleo de la Cámara, el año pasado se tramitaron 86 ofertas y se recibieron 1054 currículums, 326 más que el año anterior. ■

# El 92% de las empresas españolas son contrarias a la subida del IVA

Casi la mitad de las compañías trasladará este incremento a los precios

El anuncio, en septiembre del pasado año, cayó como un jarro de agua fría entre consumidores y empresarios, sufridores de un panorama económico nada alentador. Conocer la opinión de estos últimos ha sido el objetivo fundamental de las Cámaras de Comercio a través de una encuesta realizada en toda la geografía española. Estas son algunas de sus conclusiones

**L**a gran mayoría de las empresas (92%) son contrarias a la subida del IVA. Sin embargo, el 62% de estas empresas que se manifiestan en contra (el 57% del total de las encuestadas) sí apoyaría la medida si las cotizaciones sociales se redujesen proporcionalmente. Ésta es una de las principales conclusiones de la encuesta que han realizado las Cámaras de Comercio a 5.148 empresas de todos los sectores, tamaños y Comunidades Autónomas.

Sobre su reacción ante la ya efectiva subida del impuesto, el 48,8% de las empresas afirma que trasladará el incremento a los precios, un 24,4% asumirá totalmente el impacto en sus márgenes y el 26,8% restante declara que combinará ambas opciones.

En cuanto a los efectos de la subida sobre el consumo, un 50,6% no cree que los consumidores estén adelantando las decisiones de compra al primer semestre del año y pronostica que el consumo caerá en el conjunto de 2010 como consecuencia de la subida del IVA. Por contra, un 28% sí opina que se están adelantando las decisiones de compra a los seis primeros meses del año y que el consumo caerá durante el



segundo semestre. El 22% restante considera que el consumo no se verá afectado.

Por sectores, en la hostelería un 40% de las empresas encuestadas afirma que absorberán la subida reduciendo sus márgenes. En el resto de las compañías -industria, comercio, otros servicios y construcción, principalmente- se trasladará el impacto a los precios.

Comercio, hostelería y construcción son los sectores en los que las empresas en mayor proporción opinan que no se producirá un adelantamiento de las decisiones de compra y creen que el consumo caerá en el conjunto del año.

El 97% de las compañías de hoste-

lería y turismo se muestra contrario a la subida del IVA, si bien el 72,6% estaría a favor de este aumento en el caso de que redujesen proporcionalmente las cotizaciones sociales. La otra cara de la moneda la constituye la construcción, sector más reacio a este cambio.

La oposición a la subida del IVA es generalizada en todos los segmentos de tamaño, pero es especialmente significativa en las empresas de menor dimensión. En cuanto a su reacción ante la entrada en vigor de la subida del impuesto, no hay diferencias significativas entre tamaños de empresa. Sólo hay que destacar que las empresas de entre 10 y 49 empleados son las que están más dis-

## Ficha técnica

La encuesta fue realizada en abril de 2010 por las Cámaras de Comercio. Analizadas 5.148 empresas con al menos un trabajador, distribuidas por todo el territorio nacional. El margen de error máximo para un nivel de confianza del 95% es de +/- 1,36%.

puestas (más del 50%) a repercutir en sus precios el incremento.

En lo referente a los efectos sobre el consumo, más del 50% de las compañías de 1 a 9 empleados prevé una caída y no cuenta con un adelanto de las compras. En el caso de las de mayor tamaño (250 y más empleados) el 40% espera una reducción del consumo durante el segundo semestre y prevé un adelanto de las compras.

Las compañías más pequeñas, de menos de 50 empleados, son más favorables a que se suba el IVA si a cambio se reducen proporcionalmente las cuotas que pagan a la Seguridad Social. Las empresas de entre 50 y 249 empleados se muestran más reacias al cambio. ■

## FORMACIÓN

### JORNADAS Y SEMINARIOS

#### Motivación para la creación de empresas

Duración: 3 horas  
Fecha: 15/07/2010.  
Horario: de 10:00 a 13:00 horas

#### Malas prácticas bancarias y su reclamación

Duración: 1,5 horas  
Fecha: 06/07/2010  
Horario: 10:00 a 11:30 horas

#### ¿Cómo proteger los resultados de la innovación de mi empresa? Marcas, patentes y otros activos tangibles

Duración: 3 horas  
Fecha: 12/07/2010  
Horario: De 9:45 a 12:30 horas

#### Seminario de Actualización: La Nueva Reforma Laboral

Duración: 1,5 horas  
Fecha: 13/07/2010  
Horario: De 10:00 a 11:30 horas  
En colaboración con Hinrichs Abogados

#### La reestructuración y la refinanciación de deuda en situación de insolvencia

Duración: 1,5 horas  
Fecha: 14/07/2010  
Horario: 10:00 a 11:30 horas

#### La Nueva Reforma del Código Penal: Responsabilidad de los administradores y personas jurídicas

Duración: 1,5 horas  
Fecha: 28/07/2010  
Horario: 10:00 a 11:30 horas

### CURSOS GENERALES

#### Manipulador de alimentos

Duración: 3 horas  
Fecha: 21/07/2010  
Horario: de 10:00 a 13:00 horas

### CURSOS EN LAS OFICINAS TERRITORIALES DE LA CÁMARA DE COMERCIO

#### Captación y fidelización de clientes

Duración: 4 horas  
Fechas: del 13/07/2010 al 14/07/2010  
Horario: de 21:00 a 23:00 horas  
Lugar: Antena Cameral de Condomar ■



# En marcha un servicio gratuito de información mensual para demandantes de empleo

La institución pone en marcha un boletín con las ofertas de trabajo activas en la base de datos



Las actuales circunstancias económicas y las negativas estadísticas que advierten periódicamente del número de parados son dos aspectos que preocupan especialmente a la Cámara de Comercio de Vigo. Por eso, todas las acciones que se lleven a cabo son un granito de arena más a sumar en esta carrera hacia la recuperación del mercado laboral. En este sentido, la Cámara acaba de iniciar un servicio gratuito de información mensual para demandantes de empleo. Así, el departamento de empleo de la institución comunicará a las personas que así lo deseen, y a través de un boletín electrónico, las ofertas de trabajo activas en la base de datos. Para recibirlo, los interesados tan sólo tendrán que darse de alta en la página web de la Cámara de Comercio de Vigo, concretamente en el apartado de comunicación, que ofrece la posibilidad de darse de alta en varios boletines informativos.

El departamento de Empleo de la institución recibió el pasado año más de un centenar de solicitudes para cubrir diferentes puestos en empresas de la demarcación cameral. Y es que cualquier empresario puede introducir, sin coste alguno, ofertas de empleo en la bolsa de la Cámara,

que cuenta con información de más de mil candidatos. Por otro lado, este trámite puede realizarse sin necesidad de acudir a las instalaciones de la Cámara, ya que la página web dispone de un formulario que envía automáticamente la información. Los técnicos camerales son los encargados de gestionar los datos de los demandantes, remitiendo a las empresas los perfiles que más se ajustan a las necesidades de cada puesto.

Los "curriculum vitae" se mantienen activos a lo largo de seis meses,

periodo tras el cual se dan de baja para evitar que la información no esté actualizada. Cabe señalar también que, para agilizar los trámites en la búsqueda de empleo, una vez que el CV del interesado pasa a formar parte de la base de datos de la Cámara, no será necesario volver a enviarlo para inscribirse a otra oferta, ya que los perfiles buscados serán seleccionados automáticamente por dicha base de datos. Se aceptarán, eso sí, "curriculum vitae" que contengan actualizaciones o modificación de los datos. ■

# Tramita el alta de los trabajadores autónomos desde la Cámara

La institución cameral sigue encabezando el ranking gallego en la creación de Sociedades Limitadas

La Cámara de Comercio de Vigo acaba de empezar a tramitar el alta de los trabajadores autónomos, un paso más a favor de la creación de empleo y que nace con el objetivo de facilitar a los emprendedores la puesta en marcha de sus negocios.

Hasta ahora, las personas que querían iniciar su actividad como trabajadores autónomos tenían que solicitar su admisión en Hacienda y en la Seguridad Social. Con esta puesta en funcionamiento, el emprendedor tan sólo tendrá que acudir al departamento de empleo de la Cámara de Comercio de Vigo, lo que supone un

importante ahorro de tiempo y de desplazamientos. Aquí, y de manera telemática, serán dados de alta, ya que la Cámara de Vigo es un Punto de Asesoramiento e Inicio de Tramitación (PAIT)

La institución cameral tramita también la puesta en marcha de SL y SLNE. En este sentido, cabe destacar que Vigo sigue liderando el ranking gallego en la tramitación de Sociedades Limitadas, por encima del resto de Cámaras gallegas y de las oficinas territoriales del IGAPE. La tramitación telemática ofrece mayor agilidad a la hora de crear una empresa que

la tramitación presencial. Además requiere menos desplazamientos a los distintos organismos. Todo ello se traduce en que un empresario puede iniciar su actividad en sólo tres días. Esta posibilidad arrancó en el año 2003 gracias a una modificación que regulaba las sociedades limitadas. Los primeros trámites en adecuarse a este tipo de gestión telemática fueron los de la Sociedad Limitada de Nueva Empresa (SLNE). Tres años más tarde, en 2006, la opción se extendió a las Sociedades de Responsabilidad Limitada en general (Real Decreto 1332/2006, de 21 de noviembre). ■

## ¿Cómo funciona?

El emprendedor debe dirigirse a los Puntos de Asesoramiento e Inicio de Tramitación (PAIT) en los que se le asesora en todo lo relacionado con la definición de su proyecto empresarial y se le permite iniciar los trámites de constitución y puesta en marcha del mismo por medios telemáticos. El Sistema de Tramitación Telemática (STT) del Centro de Información y Red de Creación de Empresas (CIRCE) es un sistema informático de tramitación de expedientes electrónicos que, a través del Documento Único Electrónico (DUE), llevará a cabo el intercambio de la documentación necesaria para la creación de empresas. La tramitación telemática implica a los diferentes organismos competentes en la creación de una empresa permitiendo la comunicación entre ellos y acelerando su constitución. ■



# José García Costas, reelegido presidente de la Cámara de Comercio de Vigo hasta 2014

La internacionalización de las empresas y la captación de nuevos miembros serán los puntos fuertes del mandato

El empresario inicia su tercera legislatura al frente de la institución cameral con “la misma ilusión que el primer día”. José Silveira Cañizares volverá a ocupar la vicepresidencia primera y José Manuel Fernández Alvariño la vicepresidencia segunda

**J**osé García Costas afrontará su tercera legislatura al frente de la Cámara de Comercio de Vigo hasta 2014. Así lo decidieron los 58 miembros del nuevo Pleno de la institución, cuya sesión constitutiva se celebró el pasado 18 de junio. El empresario inicia este mandato con el mismo equipo en el Comité Ejecutivo, formado por José Silveira Cañizares (vicepresidente primero), José Manuel Fernández Alvariño (vicepresidente segundo), Eugenio Buján García (tesorero), y los vocales Ricardo Cabrera de la Cruz, José Conde Davila, Roberto González Pazos, Gregorio Gorriarán Laza, Pierre Ianni y Javier Touza Touza. Los nombramientos de la presidencia y el Comité Ejecutivo se llevaron a cabo sin necesidad de votación, ya que la de García Costas fue la única candidatura presentada ante el registro de la Cámara, y no hubo ninguna propuesta nueva durante el acto ni tampoco objeción por parte del resto de los plenarios. Tras la designación, que estuvo presidida por la directora xeral de Comercio de la Xunta de Galicia, Nava Castro, José García Costas agradeció la confianza de los empresarios por esta nueva reelección: “una legislatura que afrontaré con la misma ilusión que el primer día”,



dijo. El presidente mostró también su gratitud hacia “el trabajo de los miembros del Comité Ejecutivo que volverán a acompañarme en este mandato”. En cuando a los retos que debe afrontar la institución en estos próximos cuatros años, García Costas recordó que “cada vez que un afiliado a la Cámara me dice que no utiliza nuestros servicios me causa una gran tristeza y me demuestra que algo no hacemos bien, así que

esa debe de ser la máxima de todos los días”. La internacionalización de las empresas “en estos momentos de tanta dificultad”, aseguró, “es algo en lo que tenemos que seguir trabajando, porque además contamos con herramientas para ello”, explicó García Costas en relación al Plan de Fomento de las Exportaciones Gallegas (FOEXGA), que este año cuenta con una importante dotación económica. ■

**124 años de historia y 14 presidentes**

- Manuel Barcena y Franco (1886)
- Antonio B. Conde (1893)
- José Ramón Curbera (1894)
- Celestino Maestu Novoa (1906)
- Francisco Estévez Romero (1919)
- José de la Gándara Sestelo (1921)
- Tomás Mirambell Maristany (1924)
- Eugenio Fadrique González (1930)
- Tomás Pérez Lorente (1947)
- Fernando Conde de Ponte (1959)
- José Ougueira Dalmás (1972)
- Fernando Casuso Silva (1978)
- Fernando Conde Montero-Ríos (1984)
- José García Costas (2001)



## Diez años al frente de la Cámara

Nacido el 4 de junio de 1944, José García Costas es vocal del Pleno y del Comité Ejecutivo de la Cámara desde el 10 de junio 1998. Fue elegido Presidente, por primera vez, el 27 de marzo de 2001 tras la renuncia al cargo de Fernando Conde por motivos de salud. El 5 de junio de 2002, afrontó su primera legislatura completa; y el 26 de junio de 2006 fue reelegido tras una votación, en donde obtuvo 50 votos a favor de los 51 emitidos, con una abstención. Como representante de la corporación, es vicepresidente del Patronato de la Fundación PROVIGO y su área; miembro del Patronato y del Comité Ejecutivo del Instituto Ferial de Vigo (IFEVI); del Pleno y Comité Ejecutivo del Consorcio de la Zona Franca de Vigo; del Consejo de Administración de la Autoridad Portuaria de Vigo; de la Asamblea General y del Consejo de Administración de Caixanova; del Comité de Rutas Aéreas de Galicia; del Patronato de la Fundación Instituto Cameral para la Creación y Desarrollo de la Empresa (INCYDE); del Consejo de Administración de CAMERPyme, S.A. y del Pleno del Consejo Superior de Cámaras (CSC). Además, es presidente de la Comisión Consultiva de Innovación del CSC. Es también el representante del Consorcio de la Zona Franca de Vigo en la Junta Universal de Accionistas y en el Consejo de Administración de la sociedad de capital riesgo Unirisco Galicia SCR, S.A. Por último, es presidente en funciones del Consello Galego de Cámaras. ■



# Apuesta por la cooperación para la promoción turística

La Cámara creará una “mesa de turismo” para la puesta en marcha de acciones conjuntas del territorio perteneciente a la demarcación cameral

**E**l sector turístico es, por su volumen y porcentaje de contribución al PIB, uno de los más importantes en nuestra economía, especialmente si tenemos en cuenta el rápido crecimiento que éstos han experimentado en los últimos ejercicios. Además, Galicia se ha convertido en un importante destino turístico para los visitantes del resto de las comunidades de España, y registra un progresivo crecimiento en el volumen de residentes en el extranjero que nos visitan. Con esta premisa la Cámara de Comercio de Vigo celebró a primeros de julio el panel empresarial “Definición de estrategias turísticas conjuntas en la demarcación de la Cámara”, un encuentro que, como su nombre indica, se llevó adelante con el objetivo de definir futuras estrategias de promoción conjunta que permitan aunar esfuerzos en esta materia, contando con los municipios que forman parte de la demarcación de la institución cameral viguesa.

A la cita, que se enmarcó dentro de las actividades que las antenas locales de la Cámara programan anualmente, acudieron los representantes varias asociaciones provinciales del sector (Asociación de Propietarios de Alojamientos Turismo Rural- AGARIMO; Asociación de Hoteleros de Vigo- AHOSVI; Asociación Provincial de Agencias de Viaje de Pontevedra- AVIPO; y Centro de Iniciativas



Turísticas de Valmiñor), así como los regidores y concejales implicados de Ponteareas y Salvaterra de Miño y miembros del Patronato Rías Baixas. La reunión sirvió para establecer una línea de trabajo a través de la denominada “mesa de turismo” para la puesta en marcha de acciones de promoción conjunta del territorio que se corresponde con la demarcación de la Cámara. Así, la primera tarea será la de identificar una serie de mercados internacionales donde sería interesante promocionar el turismo de esta zona. Por otro lado, se

tratará de estrechar lazos de cooperación entre los diferentes actores implicados (asociaciones y profesionales del sector, Administraciones públicas y Cámaras de Comercio), creando incluso material promocional conjunto, así como, optimizando y organizando los recursos humanos y materiales disponibles con el fin de conseguir la mayor efectividad en las acciones que se desarrollen. La mesa de turismo volverá a reunirse a finales de año para analizar la campaña de verano y concretar nuevas acciones de cooperación. ■



Santiago Villanueva  
Presidente de AHOSVI

## “Pelemos por el turismo de proximidad, que el turista coja el coche y llegue a Vigo”

**¿Cuáles son los objetivos de esta nueva directiva?**

Trabajaremos de una manera continuista, siguiendo los objetivos de las juntas anteriores. Queremos seguir con la promoción de Vigo, creando productos en colaboración con otras empresas de la ciudad, para que sean atractivas para el turista. No queremos que los visitantes se queden sólo con las sugerencias que se les pueden hacer desde los hoteles, porque hay cosas muy interesantes. Esta semana, por ejemplo, me han presentado unas excursiones en SecWay por la ciudad, una actividad muy novedosa. También queremos retomar Vigo Escapadas, que se quedó un poco olvidado

**Turismo de ocio, de congresos, náutico... ¿Qué turismo queremos vender?**

Igual esa es una asignatura que tenemos pendiente, porque hasta ahora nos ha funcionado bien la empresa. Seguramente saber qué queremos es algo que nos compete a todos los agentes que formamos parte del turismo, empresas y Administraciones. Nos falta ese impulso de saber que tenemos una ciudad muy bonita, que gusta y que hay que promocionarla. Hace unos días estuve en una reunión con los responsables turísticos de otras ciudades, y me daba envidia ver cómo se lo creen. Creer que una ciudad

es bonita, que tiene posibilidades y creer en el producto que vendes, es todo un logro. Aquí aún nos falta crearlo.

**La economía pasa por uno de sus peores momentos. La gráfica comparativa 2009-2010 suponemos que no es buena**

Seguimos bajando, la gráfica no es buena, no. El año pasado perdimos un evento importante, el Campeonato de España de Balonmano, que nos daba un lleno al inicio del año pasado. Y la empresa ha dejado de funcionar; presuníamos de tener una buena ocupación de lunes a jueves, con una bajada los fines de semana, y ahora también hemos perdido dos días más durante la semana.

**Pese a que el verano es una época diferente con la visita asegurada de turistas, ¿dónde se centran los esfuerzos ahora?**

Hay que pensar en que venga gente todo el año, pero es complicado sin vuelos directos. Nosotros peleamos por el turismo de proximidad, turismo de 4 ó 5 horas, que el visitante coja el coche y llegue a Vigo.

**¿Benefician los cruceros al sector hotelero?**

Los cruceros traen mucha gente a la ciudad, pero desde el punto de vista hostelero, las salidas son siempre a las cinco o seis de la tarde, por lo que a nosotros no nos beneficia. Si salieran de mañana, obligaría a los cruceristas a pasar la noche en Vigo, por ejemplo. Pero para la ciudad es importantísimo. Si echamos de menos, el cualquier caso, ese ambiente de gala, que Vigo sea un poco “Vacaciones en el mar”.

**¿Se deja sentir el Xacobeo en Vigo?**

Aquí el Xacobeo, por excelencia, fue el de 1999; como ese no habrá otro. La llegada de visitantes fue desde enero hasta diciembre. El celebrado en 2004 estuvo bien. Pero el de este año ha tardado en notarse, en lo que a Vigo se refiere, claro. Ahora parece que empezamos a tener algunas reservas; empiezan los autobuses con grupos por Vigo entre semana, y contamos que esto pueda dejarnos algo hasta octubre o noviembre. Pero mientras en Santiago haya habitaciones libres, que las hay, seguiremos igual. Se cree, de todos modos, que con la visita del Papa en noviembre haya un impulso en toda Galicia y espere-mos que mejore.

**¿Qué les parece el borrador de la nueva Ley de Turismo de Galicia?**

Se ha hablado mucho de la libertad a la hora de fijar precios y a nosotros no nos parece mal. Lo vemos como una tranquilidad el poder modificar los precios para ser más competitivos sin necesidad de ir a la Xunta. En ese sentido, quizá es algo que afecte más al consumidor. ■

# CALENDARIO DEL CONTRIBUYENTE

JULIO 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	

AGOSTO 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					

## JULIO

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

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

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

#### Pagos fraccionados Renta

Segundo Trimestre 2010: Estimación Directa. Mod. 130. Estimación Objetiva. Mod. 131.

#### SOCIEDADES

Declaración anual 2009 con resultado a ingresar con domiciliación en cuenta. Mods. 200, 220.

Entidades cuyo período impositivo coincida con el año natural.

#### IVA

**Junio 2010.** Régimen General. Autoliquidación. Mod. 303. Grupo de entidades, modelo individual. Mod. 322. Declaración de operaciones incluidas en los libros de 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.

**Segundo 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. Regímenes 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

**Junio 2010.** Mod. 430.

#### IMPUESTOS ESPECIALES DE FABRICACIÓN

**Abril 2010.** Grandes Empresas (\*). Mods. 553, 554, 555, 556, 557, 558. Grandes Empresas. Mods. 561, 562, 563. Grandes Empresas. Mod. 560.

**Junio 2010.** Mods. 564, 566.

**Junio 2010 (\*)**. Mods. 570, 580. **Segundo Trimestre 2010.** Actividades V1, V7, F1. Mod. 553. Excepto Grandes Empresas. Mod. 560.

**Segundo Trimestre 2010.** Mod. 595.

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

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 destinatarios registrados, destinatarios registrados ocasionales, representantes fiscales y receptores autorizados (Grandes Empresas), utilizarán para todos los impuestos el modelo 510.

#### IMPUESTO SOBRE VENTAS MINORISTAS DE DETERMINADOS HIDROCARBUROS

**Segundo Trimestre 2010.** Mod. 569.

### HASTA EL 26

#### IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE NO RESIDENTES (ESTABLECIMIENTOS PERMANENTES Y ENTIDADES EN ATRIBUCIÓN DE RENTAS CONSTITUIDAS EN EL EXTRANJERO CON PRESENCIA EN TERRITORIO ESPAÑOL)

**Declaración anual 2009.** Mods. 200, 220. Entidades cuyo período impositivo coincida con el año natural. Resto de entidades: en los 25 días naturales siguientes a los seis meses posteriores a la conclusión del período impositivo.

## AGOSTO

### HASTA EL 2

#### NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN FISCAL

**Segundo Trimestre 2010.** Cuen-

tas y operaciones cuyos titulares no han facilitado el NIF a las entidades de crédito. Mod. 195.

**Segundo Trimestre 2010.** 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.

### HASTA EL 20

#### IMPUESTOS ESPECIALES DE FABRICACIÓN

**Mayo 2010.** Grandes Empresas (\*). Mods. 553, 554, 555, 556, 557, 558. Grandes Empresas. Mods. 561, 562, 563.

**Julio 2010.** Grandes Empresas. Mod. 560.

**Julio 2010.** Mods. 564, 566. Julio 2010 (\*). Mods. 570, 580.

**Segundo Trimestre 2010.** Excepto Grandes Empresas (\*). Mods. 553, 554, 555, 556, 557, 558. Excepto Grandes Empresas. Mods. 561, 562, 563. (\*) Los destinatarios registrados, destinatarios registrados ocasionales, representantes fiscales y receptores autorizados (Grandes Empresas), utilizarán para todos los impuestos el modelo. Mod. 510.

#### DURANTE TODO EL MES

Se podrán presentar durante todo el mes de agosto las declaraciones correspondientes al mes de julio de Renta, Sociedades, IVA e Impuesto sobre las Primas de Seguros, cuyo plazo de presentación concluye el 20 de septiembre. ■

Juan Manuel Pereira

*“Hay que buscar lo que no está en el mercado y desarrollar el producto que cubra esa necesidad”*

NIRA GDC S.L, instalada en el vivero desde el mes de junio, se dedica a la búsqueda de contenidos interesantes para impartir formación y su conversión en un formato e-learning



La educación a distancia encontró su modalidad electrónica en Internet, a través del cual se desarrolla el concepto de e-learning. Se trata de utilizar la red como una herramienta de trabajo a través de la cual se puede interactuar con profesores y alumnos. Entre sus principales ventajas está el hecho de que el estudiante no se tiene que ceñir a horarios y puede acceder a la plataforma formativa desde cualquier computadora. La empresa NIRA GDC, instalada en el vivero de la Cámara de Comercio desde el mes de junio, es una especialista en la materia, ya que se dedica a la búsqueda de contenido formativos y su transformación en un formato e-learning. **Cámara.- ¿Cuándo nació Nira?** Juan Manuel Pereira.- Lleva mucho tiempo, en la imaginación de quienes la formamos, pero en la calle empezamos este mes de junio. Le dimos la razón a Robin Williams en ‘El club de los poetas muertos’: ‘Sólo al soñar tenemos libertad, siempre fue así, y siempre así será’. Teníamos una idea, que creíamos muy buena, y buscábamos la libertad de hacer lo que nos gusta: productos formativos

de alta calidad que ayuden a la gente en el desarrollo de su vida profesional. Como se suele decir, hay que buscar lo que no hay en el mercado y desarrollar el producto que cubra esa necesidad.

**C.- ¿Cuántos socios sois y cómo os conocisteis?**

J.M.P.- Somos dos socios y nos conocimos, hace varios años, trabajando en la misma empresa, luego la vida laboral nos separó y ahora volvemos a trabajar juntos

**C.- Al tratarse de educación a distancia, ¿Tenéis un ámbito geográfico de trabajo o es global?**

J.M.P.- Por la propia concepción del e-learning no nos dirigimos a ningún ámbito geográfico en particular. Diseñamos acciones formativas para quien le pueda interesar, de cualquier sector. El mundo de hoy da muchas ventajas y una de ellas es la de la globalización

**C.- ¿Cuál fue la dificultad máxima a la hora de montar el negocio?**

J.M.P.- El valor de afrontar un reto... y no podemos obviar la financiación, que es un problema un poco más terrenal.

**C.- ¿El actual momento de crisis no os hizo dudar?**

J.M.P.- Todo lo contrario, creemos que es el momento, una época de crisis es un periodo de oportunidades... como dicen los chinos, es el momento de subirse al tigre, si todo va bien te llevará muy lejos.

**C.- ¿Qué tal está resultando vuestra experiencia en el vivero?**

J.M.P.- Llevamos en el Vivero desde que empezamos, y lo conocimos a través de Internet, buscábamos algo así y aquí está. En principio la experiencia es muy, muy positiva... ayuda es lo que necesitamos quienes tenemos una idea para montar una empresa... y ayuda es lo que nos están dando. No se puede pedir más. Además, creo que es una misión básica para una Cámara de Comercio: la de cuidar al empresariado del futuro... y más en tiempos de incertidumbre como éste.

**C.- ¿Qué balance hacéis de este tiempo funcionando?**

J.M.P.- Aún es muy pronto para responder a esa pregunta... la empezamos a dentro de un año. ■

**DATOS** NIRA GDC S.L. Plaza de Fernando Conde Montero Ríos, 9. Despacho: 20. Tfno.: 986 120 024. Fax: 986 120 025. info@nira.es



## COMERCIO EXTERIOR

**Participación en la feria Euro-mold.** Del 1 al 4 de noviembre. Lugar: Frankfurt (Alemania). Sector: moldes.

**Participación en la feria Médica (Düsseldorf).** Lugar: Düsseldorf (Alemania). Sector: Subcontratación/medicina.

**Misión comercial inversa de importadores de productos del mar** (EEUU, Alemania, Polonia y Turquía). Del 5 al 7 de octubre. Destino: Conxemar. Sector: productos del mar congelados o frescos.

**Misión comercial a Canadá y Chicago.** Del 15 al 25 de noviembre. Destino: Montreal, Toronto, Chicago (Canadá y EEUU). Sector: Plurisectorial.

**Misión comercial a Australia y Nueva Zelanda.** Del 8-21 de noviembre de 2010. Destino: Auckland, Sydney, Perth y Melbourne (Nueva Zelanda y Australia). Sector: Plurisectorial.

**Misiones comercial a China Fisheries&Seafood Expo.** Del 30 de octubre al 5 de noviembre. Destino: Dalian (China). Sector: Productos del mar.

**Misión Comercial a Italia.** Del 25 al 29 de octubre. Destino: Milán (Italia). Sector: Plurisectorial.

**Participación en la feria Seafood Processing Europe.** Del 3 al 5 de mayo. Destino: Bruselas (Bélgica). Sector: Maquinaria, embalajes, equipamiento y servicios para la industria de los productos del mar.

## AYUDAS

**Asociaciones Cooperativas y Sociedades Laborales.** Orden del 31 de mayo de 2010 por la que se establecen las bases reguladoras para la concesión de ayudas para el fomento y consolidación de las asociaciones de cooperativas y de sociedades laborales, y se procede a su convocatoria para el año 2010. DOG nº111 del 14 de junio de 2010. Fin: 15/07/10.

**Explotaciones ganaderas.** Orden del 7 de junio de 2010 por la que se establecen las bases reguladoras de las ayudas destinadas a las explotaciones ganaderas, industrias agroalimentarias y establecimientos de gestión de subproductos para la mejora de la capacidad técnica de gestión de subproductos de origen animal no destinados al consumo humano y se convocan para el año 2010. DOG nº110 del 11 de junio de 2010. Fin: 12/07/10.

**Inversiones en buques pesqueros.** Orden del 31 de mayo de 2010 por la que se establecen las bases reguladoras para la concesión, en régimen de concurrencia competitiva, de las ayudas a las inversiones a bordo de buques pesqueros y selectividad, cofinanciadas con el Fondo Europeo de Pesca. DOG nº105 del 4 de junio de 2010. Fin: 5/07/10.

**Fomento de la propiedad industrial.** Orden del 14 de abril de 2010 por la que se establecen las bases reguladoras para la concesión, en régimen de concurrencia no competitiva, de las subvenciones para el fomento de la propiedad industrial en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Galicia, y se procede a su convocatoria para el año 2010. DOG nº77 del 26 de abril de 2010. Fin: 15/11/10

**Proyectos de consultoría externa.** Resolución del 15 de abril de 2010 por la que se le da publicidad al acuerdo del Consello de Dirección del Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE), que aprueba las bases reguladoras de las ayudas del Instituto Galego de Promoción Económica a los proyectos de consultoría externa dirigidos al análisis económico-financiero de las pequeñas y medianas empresas, y se procede a su convocatoria en régimen de concurrencia no competitiva. DOG nº76 del 23 de abril de 2010. Fin: 30/07/10.

**Fomento del empleo.** Orden del 14 de junio de 2010 por la que se establecen las bases reguladoras de los programas de fomento del empleo en empresas de economía social y de promoción del cooperativismo y se procede a su convocatoria para el año 2010. DOG nº119 del 24 de junio de 2010. Fin: 25/07/10.

**Ayudas a emprendedores.** Resolución del 30 de marzo de 2010 por la que se le da publicidad al acuerdo del Consejo de Dirección del Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE), que aprueba las bases reguladoras de las ayudas del Instituto Gallego de Promoción Económica a los proyectos de creación de pequeñas y medianas empresas o de realización de inversiones en pequeñas y medianas empresas nuevas promovidas por nuevos emprendedores, cofinanciadas por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional, en el marco del Programa Operativo FEDER Galicia 2007-2013, y se procede a su convocatoria en régimen de concurrencia no competitiva. DOG nº65 del 8 de abril de 2010. Fin: 30/11/11.

**Amortización de costes de producción de largometrajes.** Resolución del 22 de marzo de 2010 por la que se establecen las bases reguladoras y la convocatoria pública

para la concesión de subvenciones para la amortización de los costes de producción de largometrajes cinematográficos, telefilmes y documentales de interés cultural gallego. DOG nº66 de 9 de abril de 2010. Fin: 15/09/10.

**Ayudas del IGAPE al comercio minorista.** Resolución del 25 de febrero de 2010 por la que se da publicidad al acuerdo del Consello de Dirección do Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE), 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.

## EMPLEO

Refº: 708. **Periodista.** Se necesita licenciado en periodismo con experiencia para realizar funciones de locución, producción de programas y noticias y presentación a cámara. Horario aproximado: de 8:00 a 14:00 horas.

Refº: 709. **Programador informático.** Empresa busca programador con experiencia en lenguaje PHP y Asp.net Java J2EE. Además, se valorará el conocimiento de inglés.

Refº: 710. **Ingeniero Técnico.** Se necesita ingeniero técnico con conocimientos del sector telemático y experiencia en proyectos de comunicación (LAN-WAN-MAN). Será responsable de gestionar grandes cuentas de comunicación.

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

# El "gurú" de la ecoinnovación explica el potencial económico de los residuos

Gunter Pauli, asesor de la ONU y Japón en temas medioambientales, da a conocer el Proyecto Red Genera a un centenar de empresarios. El experto mundial aboga por la valorización de desechos para superar la crisis

Los mejores negocios pueden surgir de la basura, literalmente. Así lo explicó el experto mundial en valorización de residuos, Gunter Pauli, en una conferencia en Pontevedra con motivo de la presentación a los empresarios del programa Red Genera. Se trata de un proyecto transfronterizo financiado con fondos FEDER que busca consolidar un sector del reciclado competitivo en la eurrregión Galicia-Norte de Portugal y que contribuya a la creación de empleo. Entre sus socios se encuentra el Consello Galego de Cámaras y la Cámara de Vigo.

“La valorización de nuestras basuras y residuos industriales es un desafío que no puede esperar más si queremos superar períodos de crisis tan profunda como la que sufrimos actualmente”, señaló el experto belga. En definitiva, reivindicó que los desperdicios sean el principio de una cadena de valores y no el último eslabón del proceso. Como ejemplo puso a Colombia, donde sólo se aprovecha el 1,2% del grano de café, y el resto son desechos que han generado ya diez mil empleos. “Con estos desperdicios generan un hongo de alta calidad alimenticia a un precio que es un tercio del que los chinos lo están vendiendo, y los restos de esas setas se emplean después para alimentar al ganado”.

Así, Gunter Pauli dio un tirón de orejas a Galicia por desaprovechar las algas de la costa, con las que se podrían



fabricar biocombustibles, cosméticos, alimentos... “El problema es que no prestamos atención a la tradición. El emprendedor es aquella persona que ve una oportunidad y está dispuesta a asumir el riesgo (...) ¿Por qué hay que tener un plan contra el cambio climático si no aprovechamos lo que está disponible?”, se pregunta.

Otro de los mensajes que dejó en Pontevedra es que la basura no debe ser considerada un problema y “es preferible castigar con impuestos a quienes la generan”, indicó. “Hay que perseguir a quien quema estos vertidos que pueden transformarse en energía, alimentos y productos varios con mercados internacionales”. ■

**Gunter Pauli** es uno de los mayores expertos mundiales en ecoinnovación y desarrollo de negocios sostenibles, trabajando en la identificación de tecnologías de vanguardia y diseñando nuevos modelos de negocio. Su labor como consultor permanente del Gobierno de Japón y de las Naciones Unidas, le ha permitido estudiar 2.200 innovaciones mundiales y seleccionar las 100 que cambiarán el modelo de negocio en muchos sectores de la economía. Las conclusiones han sido presentadas bajo el nuevo concepto ‘The Blue Economy’, que ya constituye una de las referencias en el mundo de la investigación y el desarrollo de nuevos modelos respetuosos con el entorno, basados en la ecoeficiencia. ■





# exportación

Las Cámaras de Comercio somos las Instituciones que junto a las Administraciones más recursos dedicamos a fomentar la internacionalización de las empresas españolas.

Desde el primer paso hasta el diseño de estrategias globales de exportación. 14.000 empresas ya se han beneficiado de ello.

Compruébalo. Estás en tu Cámara.

**Cámaras**  
Contigo

## 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.: 886 113 124. CERBERO SEGURIDAD INFORMÁTICA. Despacho 13. Tlf.: 986 160 120. DATA KEEPER. Despacho 6. Tlf.: 986 120 124. DIGALICIA. Despacho 7. Tlf.: 986 120 120. DITECNO. Despacho 17. Tlf.: 986 120 138. DOMIOLO. Despacho 11. Tlf.: 886 131 081. NANOIMMUNOTECH. Despacho 8. Tlf.: 986 120 143. NEXLAN. Despacho 3. Tlf.: 986 120 111. NIRA GDC, S.L. Despacho 20. Tlf.: 986 120 024. TRIQUETA VERDE. Despacho 4. Tlf.: 886 134 197. UXA. Despacho 14. Tlf.: 986 120 127. VIGOMARINE SERVICES. Despacho 1. Tlf.: 986 120 116.