

AÑO 8 N° 87 MAYO 2011

# ÁREA

## Cámara Vigo

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

11:46



Viber



Bejump



Panor...mera



iTunes



ClearTune

### Comercio Exterior

Empresas gallegas participan en la Seafood Processing Europe

### Estudio

La Confianza Empresarial rompe su tendencia bajista

### Emprendedoras

La Cámara apuesta por el autoempleo femenino

REPORTAJE

Dos de cada tres españoles confían en los comentarios de las marcas en las redes sociales



YouTube



Twitter



Facebook



Tuenti

# Cambio en las Cámaras

El pasado día 13 de abril, en la sesión del Pleno del Consejo Superior de Cámaras de Comercio de España, presentó su dimisión su Presidente Javier Gómez-Navarro, aunque permanecerá como Presidente en funciones hasta que, en sesión extraordinaria convocada para el próximo 3 de mayo, el Pleno proceda a la elección de quién será nuevo Presidente. La dimisión de Gómez-Navarro se daba ya por descontada, teniendo en cuenta la nueva situación de las Cámaras derivada del cambio legislativo que supuso el Real Decreto-Ley 13/2010, así como las evidentes tensiones con el gobierno actual que, lejos de resolverse, parecen haberse agravado en los últimos meses.

Con la salida de Gómez-Navarro se cierra una etapa, importante para las Cámaras, en la que se ha avanzado en su profesionalización y en la prestación de servicios a las empresas, y se abre otra nueva. Su sucesor se enfrenta a no pocos retos, de una importancia crucial, planteados todos por una situación sin precedentes en la historia de las Cámaras de Comercio en España. En estos momentos el modelo de Cámaras de Comercio que conocemos está, no ya cuestionado, sino desmantelado, al menos en la práctica. La desaparición del llamado recurso cameral permanente, plantea un problema sin solución aparente ya que, hasta ahora, los ingresos por cuotas procedían, mayoritariamente, de grandes empresas, que no son usuarias de los servicios de las Cámaras, mientras que éstos eran demandados

por pymes, sobre todo de tamaño medio y pequeño. En un esquema en que los ingresos van a depender de cuotas voluntarias y de cobros por servicios, serán las empresas usuarias de los servicios quienes tengan que soportar su coste, y mucho nos tememos que no serán capaces.

Es necesario, pues, una reformulación del concepto y del modelo de Cámaras de Comercio, y para empezar, debemos respondernos a la pregunta de si deseamos considerar Cámaras de Comercio a asociaciones voluntarias que, como consecuencia de su propia naturaleza, defienden los intereses de sus asociados. En tal caso, podrán ser Cámaras de Comercio cualquiera de las asociaciones empresariales ya existentes o, si se estableciesen requisitos mínimos para merecer tal denominación y consideración, aquellas de entre ellas que los reuniesen.

Por el contrario, puede que descubramos que nos interesa que existan organizaciones de derecho público, de cobertura universal, en las que estén representadas todas las empresas, cuyos órganos de gobierno sean elegidos en procesos públicos por sufragio universal, directo y secreto, encargadas de defender los intereses generales de la economía de una determinada demarcación, libres e independientes en sus decisiones.

En cualquier caso, esta es la cuestión a resolver y la difícil tarea que las Cámaras han de encarar. ■

**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: IMAXE NOVA DE COMUNICACIÓN. URUGUAI 2, 3º DCHA. 36201 VIGO. TEL. + 34 986 221 835. FAX: + 34 986 437 141. E-MAIL: IMAXENOVA@IMAXENOVA.COM. WWW.IMAXENOVA.COM. IMPRIME: CA GRÁFICA. DEPÓSITO LEGAL: VG 728-03. ISSN 1699-3713

IPC España  
Marzo 2011

ÍNDICE GENERAL  
111,1/ VARIACIÓN  
EN UN AÑO 3,6%  
Alimentos y bebidas  
no alcohólicas.  
109,1/1,8%. Bebidas  
alcohólicas y tabaco.  
148,8/14,7%. Vestido  
y calzado.  
95,0/0,3%. Vivienda.  
123,2/8,1%. Menaje.  
107,9/1,0%. Medicina.  
96,5/  
-1,2%. Transporte.  
117,2/9,8%. Comunicaciones.  
98,5/-0,7%. Ocio  
y cultura.  
96,7/-1,0%. Enseñanza.  
117,1/2,2%. Hoteles, cafés  
y restaurantes.  
114,3/1,8%. Otros  
bienes y servicios.  
114,8/3,1%.

# Formación mayo

## Cursos generales

### Contabilidad General

**Duración:** 45 horas  
**Fechas:** del 02/05/2011 al 24/05/2011 (No lectivo el 16 de mayo)  
**Horario:** de 19:00 a 22:00 h.

### Análisis de Balances

**Duración:** 15 horas  
**Fechas:** del 09/05/2011 al 13/05/2011  
**Horario:** de 19:00 a 22:00 h.

## Jornadas y seminarios

### Seminario de Actualización: Declaración del IRPF 2010 y Novedades

**Duración:** 8 horas  
**Fechas:** del 03/05/2011 al 04/05/2011  
**Horario:** de 16:30 a 20:30 h.

### Técnicas de negociación:

**La Comunicación no verbal**  
**Duración:** 4 horas  
**Fechas:** 18/05/2011  
**Horario:** de 10:00 a 14:00 h.

## Cursos de informática

### Bases de datos: Access 2007 (Nivel I)

**Duración:** 30 horas  
**Fechas:** del 02/05/2011 al 13/05/2011 (de lunes a viernes)  
**Horario:** de 19:00 a 22:00 h.

### Presentaciones comerciales: PowerPoint 2007

**Duración:** 15 horas

**Fechas:** del 23/05/2011 al 27/05/2011 (de lunes a viernes)  
**Horario:** de 19:00 a 22:00 h.

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

**Duración:** 30 horas  
**Fechas:** del 30/05/2011 al 10/06/2011 (de lunes a viernes)  
**Horario:** de 19:00 a 22:00 h.

## Comercio Exterior

### Créditos Documentarios y Normas UCP 600

**Duración:** 24 horas  
**Fechas:** del 30/05/2011 al 08/06/2011 (de lunes a viernes)  
**Horario:** de 19:00 a 22:00 h.

## Cursos de idiomas

### Inglés para el Comercio Exterior

**Duración:** 30 horas  
**Fechas:** del 02/05/2011 al 13/05/2011 (de lunes a viernes)  
**Horario:** de 19:00 a 22:00 h.

### Breakfast and Speaking (mensual mayo - jueves)

**Duración:** 6 horas  
**Fechas:** del 05/05/2011 al 26/05/2011  
**Horario:** de 8:30 a 10:00 h.

### Breakfast and Speaking (mensual mayo - miércoles)

**Duración:** 6 horas  
**Fechas:** del 04/05/2011 al 25/05/2011  
**Horario:** de 8:30 a 10:00 h.

### Cursos de Inglés preparatorios para los exámenes oficiales de Cambridge: First

**Horario:** de 9:30 a 11:30 h.

### Cursos de Inglés preparatorios para los exámenes oficiales de Cambridge: Advance

**Horario:** de 9:30 a 11:30 h.

## Cursos en las oficinas territoriales de la Cámara

### SEMINARIOS

#### Obligaciones Fiscales y Tributarias

**Duración:** 2 horas  
**Fechas:** 03/05/2011  
**Horario:** de 20:00 a 22:00 h.  
**Lugar:** Casa de la Cultura de Salvaterra de Miño.  
**Contenidos:** Contextualizar la empresa en el sistema fiscal español, conocer las diferentes obligaciones fiscales existentes, criterios para escoger las opciones legales más convenientes.

#### La negociación con proveedores

**Duración:** 2 horas  
**Fechas:** 10/05/2011  
**Horario:** de 20:30 a 22:00 h.  
**Lugar:** Centro de Desarrollo Local de Ribadetea (Pontearcas).  
**Contenidos:** diferentes técnicas de negociación con proveedores. Fases de la negociación, errores frecuentes, estilos de negociación, tácticas de negociación, negociación de éxito.

## CURSOS DE IDIOMAS

#### Desayunos en inglés

**Duración:** 1 hora  
**Fechas:** los sábados 7, 14, 21 y 28 de mayo de 2011  
**Horario:** de 11 a 12 h.  
**Lugar:** Casa de la Cultura de Salvaterra de Miño  
**Objetivos:** Taller de perfeccionamiento del idioma Inglés para conseguir práctica y fluidez en el idioma (desayuno incluido). Se tratarán temas de actualidad, del ámbito social, de interés general o negocios. Se creará un ambiente participativo que ayudará al alumno a expresarse con seguridad, mejorar su destreza y comprensión oral, su pronunciación, su vocabulario, etc. ■

# Ocho empresas gallegas expondrán sus productos ante más de 25.000 profesionales en la Seafood Processing Europe

España es el primer importador y productor en términos de volumen de productos del mar en la Unión Europea, además de ser el primer país en capturas y transformación. Galicia exportó en 2010 más de 674 millones de euros en productos del mar



La Cámara de Comercio de Vigo organiza por undécimo año consecutivo una participación agrupada de empresas gallegas en la Feria Seafood Processing Europe (SPE) de Bruselas, feria que está acoplada a la European Seafood Exposition (ESE). La celebración paralela de dos las exposiciones, están dirigidas a mostrar, por una parte, la más amplia gama internacional de productos del mar (ESE) y, por otra, la maquinaria y equipos industriales utilizados para el proceso de elaboración de dichos productos del mar (SPE). De esta forma se abarcan dos campos del sector íntimamente relacionados: el alimentario y el industrial. La exposición de la SPE ocupará todo el pabellón cuatro del recinto ferial Brussels Exhibition Centre el 3, 4 y 5 de mayo. Este año se llevará a cabo la 14ª edición.

En la asistencia agrupada de empresas gallegas participarán un total de ocho en un stand que medirá 120 metros cuadrados. El mismo estará abierto a tres pasillos y repartido entre las ocho empresas participantes y la Cámara de Comercio de Vigo. El stand está situado en el pabellón número 4, posición 4-5927.

La Xunta de Galicia también estará presente en la SPE, además de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, la Generalitat de Catalunya, el Ministerio de Medio Ambiente, la Oficina de Calidad Ali-



mentaria del Gobierno de Cantabria, el Gobierno de Canarias y el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino. España es el país con más stands anunciados, según se desprende de las informaciones que ofrece la Web de la SPE.

En la SPE, el 82% de los visitantes indican encontrar nuevos productos o empresas mientras que el 73% planea comprar nuevos productos y servicios como resultado de asistir a la feria. Además, 66% de los visitantes se basan en ésta para tomar decisiones de compra.

De las 2.000 compañías que visitan la feria, la media anual de compra de equipos relacionados con el sector de productos del mar es de 187.025 euros y la media de la compra anual por empresa de productos del mar, exhibidos en la Euro-

pean Seafood Exposition, ronda por 1.087.500 euros. Los organizadores del evento destacan la presencia de unos 25.000 profesionales del sector procedentes de más de 140 países diferentes.

Por otra parte, la ESE, con 1.600 expositores, se considerada la mayor feria de Europa en este sector. En ella se pueden observar desde productos del mar vivos, frescos y congelados, hasta salsas, condimentos y empanados que se utilizan para su producción.

La Seafood Processing Europe junto con la European Seafood Exposition, constituyen el acontecimiento más completo de Europa para los productos del mar, tanto que se considera una parada necesaria para los profesionales especialistas en productos del mar de todo el mundo. ■

## La Unión Europea y los productos del mar

La Unión Europea es uno de los tres principales importadores de productos de pesca y acuicultura, junto con Japón y Estados Unidos. Por su parte, Noruega, China e Islandia son los principales proveedores de la UE. Asimismo, revisten una gran importancia los intercambios en el interior de la UE. Considerando todos los intercambios, tanto internos de la UE como con terceros países, España, Francia e Italia son los principales miembros importadores, y Dinamarca y Países Bajos son los Estados miembros que más exportan, delante de España, según indica el estudio "La política pesquera común en cifras", del Departamento de Asuntos Marítimos y Pesca de la Comisión Europea.

En el seno de la Unión Europea, el consumo medio de pescado es de 22,3 kg/persona/año, y oscila entre los 4,2 kg/persona/año de Bulgaria y los 55,6 kg/persona/año de Portugal. España tiene el segundo lugar en consumo con 41,2 kg/persona/año. El empleo en el sector de la pesca marítima, medido en equivalente a tiempo total, tiene tendencia a concentrarse en unos pocos países. España por sí sola representa una cuarta parte del empleo de la UE, y los tres países con un nivel de empleo más elevado (España, Grecia e Italia) re-

presentan un 60%. Es por esto que para el país este tipo de eventos tiene tanta trascendencia. La Unión Europea representa aproximadamente un 4,6% de la producción mundial en pesca y acuicultura, lo que la convierte en el cuarto productor mundial, y representa casi un 6% del total de la producción mundial del sector de la pesca. Los tres principales productores en términos de volumen son España, Francia y el Reino Unido. En este sentido, cabe destacar que sólo Galicia exportó en 2010, 674.629,60 miles de euros en productos del mar (moluscos e invertebrados acuáticos, pescados y peces vivos) en 40.483 operaciones que movilizaron 259.203,80 miles de kilos.

El valor global de la producción de la industria de transformación de productos del mar en la UE asciende a unos 23.000 millones de euros, es decir, un volumen de negocio tres veces mayor que el del sector de la captura. España, Italia, Francia y el Reino Unido son los países más importantes en términos de producción. Dicho sector está formado por unas 4.000 empresas, la mayoría con menos de 20 empleados, que en conjunto contratan a unas 126.000 personas. La producción consiste principalmente en preparados y conservas de pescado, crustáceos y moluscos. ■

## La Seafood Processing Europe en números

82% de los visitantes encuentran nuevos productos o empresas.

77% de los visitantes tienen autoridad para comprar.

73% de los visitantes planean la compra de nuevos productos o servicios como resultado de asistir a la SPE.

## La Seafood Exposition Europe en números

85% de los visitantes encuentran nuevos productos.

81% de los visitantes tienen autoridad para decidir las compras.

77% de los visitantes planean la compra de nuevos productos o servicios como resultado de asistir a la ESE.

## Categorías exhibidas

Fuente: SPE

- **Equipos para productos del mar:** maquinaria para procesamiento, refrigeración, equipos para congelado.
- **Servicios para productos del mar y organizaciones:** control de calidad, asociaciones financieras, computación / información, logística.
- **Embalaje de productos del mar:** transporte, almacenamiento de soluciones, Equipo de Embalaje.
- **Mariscos:** fresco, congelado, vivos, valor añadido, la etiqueta de marca, etiquetas privadas.
- **Complementarios del productos del mar:** revestimientos, salsas, condimentos, empanado.

Fuente: SPE / ESE - Basado en las estadísticas de la encuesta a los visitantes de 2008

económico

Boletín de principales indicadores económicos

Cámara  
Vigo

## 4º TRIMESTRE 2010

El pasado día 5 de Abril, de modo formal, el Gobierno de Portugal, ante la imposibilidad de financiarse en los mercados a precios viables, decidió solicitar asistencia financiera a la Unión Europea. En el momento de escribir este informe, técnicos europeos y del FMI comienzan a trabajar en la cuantificación del paquete. El rescate financiero de Portugal ha supuesto un cierto alivio para las bolsas, especialmente para los bancos portugueses y, en menor medida, los españoles (en entredicho por su exposición a la deuda portuguesa) porque asegura la devolución, en plazos, de la deuda emitida y suscrita, pero anuncia tiempos muy duros para el país vecino, que verá su economía tutelada y que estará obligado a aceptar medidas de ajuste mucho más enérgicas que las que la Asamblea de la República acababa de rechazar como inasumibles, desde un punto de vista social. Los gigantescos recortes que se auguran supondrán un serio obstáculo al crecimiento en el futuro más inmediato.

## COYUNTURA INTERNACIONAL



En otro orden de cosas, también hace pocos días, el FMI publicaba la última edición del Informe de Perspectivas de

la Economía Mundial, en el que, a pesar de insistir sobre la necesidad de prestar especial atención a los desequilibrios subyacentes y, sobre todo, a los posibles problemas derivados del rápido incremento de precios de las materias primas, señala que la recuperación de la economía mundial es un hecho, y anuncia crecimientos del 4,5 o superiores para 2011 y 2012. Como era de esperar por los datos disponibles, el crecimiento se concentrará en las economías emergentes, y será menor en las consolidadas. Destaca el FMI la delicada situación de la periferia de Europa, especialmente afectada tanto por problemas estructurales como coyunturales, y augura años difíciles para nuestro país, con tasas de crecimiento muy bajas y elevadísimas tasas de desempleo. Los datos provisionales de evolución del PIB en 2010 registran avances mayores de lo inicialmente previsto en casi todos los casos, con crecimiento mundial que se estima fue del 5,00%. La zona Euro habría alcanzado una cifra del 1,7%, mientras que EE.UU. se situaría en el 2,8%, y Japón, especialmente por el aumento de la demanda asiática, habría visto sus cuentas impulsadas hasta un crecimiento del 3,9%. India y China se situarían en tasas de dos dígitos, en ambos casos ligeramente por encima del 10%. Por su parte, Brasil encabeza la recuperación de las economías Iberoamericanas, con un 7,5% de crecimiento en 2010

## SITUACIÓN EN ESPAÑA



En lo que respecta a la economía española, la mayor parte de los organismos recogen una ligera mejoría sobre las previsiones iniciales en cuanto a la tasa de variación del PIB, que se ha debido, sobre todo, al mejor comportamiento del sector exterior. El desempleo, por su parte, sigue en cifras elevadísimas, las más altas de la Unión Europea. A finales del mes de Marzo, en los servicios públicos de empleo se registraron 4.333.669 desempleados, lo que se corresponde con una tasa de desempleo superior al 20% de la población activa. Esta elevada tasa de paro y sus consecuencias sobre el consumo, sobre la capacidad de ahorro y sobre la morosidad, junto con los ajustes, aún pendientes, del mercado inmobiliario, juegan en contra de la recuperación, proyectando sombras sobre el comportamiento futuro de la economía. El sistema financiero sigue afectado por la reestructuración de las Cajas de Ahorro, que, según reconoció recientemente el propio Gobernador del Banco de España, se ha producido demasiado tarde. Las expectativas de captación de inversores privados para reforzar el "core capital" de las entidades, han empeorado notablemente respecto a las iniciales, poniendo en un serio compromiso la viabilidad de algunos proyectos. ■

Informe completo disponible en la web de la Cámara de Comercio de Vigo (Gabinete de Prensa-Boletines Online)

www.camaraavigo.com

# La confianza empresarial crece más de cuatro puntos y rompe la tendencia bajista de los últimos dos trimestres

El ICE continúa en tasas negativas, porque el porcentaje de empresas pesimistas sigue siendo mayor que el de optimistas

## E

l Indicador de Confianza Empresarial de las Cámaras de Comercio (ICE) del mes de abril se situó en -16,2 puntos, 4,3 mejor que el dato registrado en la encuesta de enero (-20,5). Este dato rompe la tendencia seguida por el ICE en los últimos trimestres, con dos descensos consecutivos. No obstante, el ICE se mantuvo en negativo, lo que indica que el porcentaje de empresas pesimistas es todavía superior al de optimistas. El análisis desagregado muestra cómo la positiva evolución del ICE se sustenta en unas perspectivas más favorables de las empresas. El índice de expectativas para el segundo trimestre se eleva más de 8 puntos, hasta alcanzar -11,8 (-20,1 en la encuesta de enero). Por su parte, el índice de SITUACIÓN del primer trimestre se mantiene prácticamente sin cambios respecto al dato registrado a los últimos tres meses de 2010, situándose en -20,5. Cabe destacar que se ha producido una mejora de la confianza generalizada en todos los sectores basada, principalmente, en unas expectativas más favorables para el segundo trimestre.



El ICE de la industria mejoró ligeramente hasta situarse en abril en -14,2 puntos, 0,8 superior al dato de la encuesta anterior (-15,0). La confianza de las empresas del sector constructor también experimentó un avance hasta -33,4, más de 2 puntos por encima del dato de enero (-35,8). Pero el avance de la confianza ha sido más intenso en las empresas del sector servicios. El ICE del comercio, el de la hostelería y el del resto de servicios mejoró de forma significativa en

abril respecto al dato registrado en la encuesta de enero. Por componentes, si bien tanto cifra de negocio como inversión incidieron positivamente en la mejora del ICE, hay que destacar en especial al empleo. El 51% de la mejoría experimentada por el ICE en abril se debió a un comportamiento menos negativo del empleo. Sobre todo en lo que respecta a las perspectivas de las empresas sobre contrataciones para el segundo trimestre del año. ■

# Dos de cada tres españoles confían en los comentarios de las marcas en las redes sociales



Estas nuevas herramientas permiten dar a conocer los productos y servicios de una empresa a una red segmentada de usuarios que además son completamente receptivos a esta información, la siguen en tiempo real e interactúan de forma sorprendente con ella

La mitad de la población española utiliza redes sociales. Parece una locura pero son los últimos datos que recoge la Fundación Telefónica en su informe "La Sociedad de la información en España 2010". Estos datos pueden profundizarse mucho más, ya que según asegura la tercera oleada de Resultados del Observatorio Redes Sociales de The Cocktail Analysis, publicado en febrero de 2011, de este 50%, 2 de cada 3 españoles confían en las opiniones y comentarios generados en las redes sociales, sobre todo si son emitidos por conocidos, amigos o familiares.

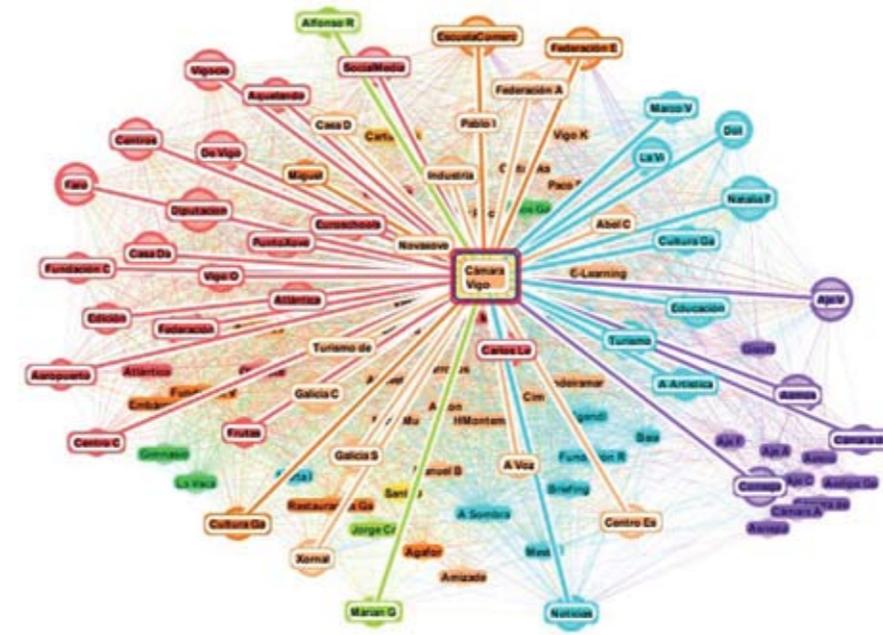
Si buscamos datos en nuestra comunidad autónoma, en Galicia la penetración de este tipo de actividad en Internet ya alcanzaba el 78,6% en 2010, según una encuesta realizada por la red de blogs Ocio Networks, una cifra que nos situaba por encima de la media española. Y es que las redes sociales comienzan a adquirir un carácter de plataforma de consulta de marcas o productos, guardando por tanto un potencial prescriptor importante.

## MARCAS Y REDES

Cuando buscamos en la red la definición de Redes Sociales, Wikipedia nos apunta esta: "Las redes sociales son estructuras sociales compuestas de grupos de personas, las cuales están conectadas por uno o varios tipos de relaciones, tales como amistad, parentesco, intereses comunes o que comparten conocimientos".

Xavier Doñante, consultor de Marketing Online independiente, asegura que para las empresas el uso de las redes sociales ofrece la posibilidad de crear un punto de encuentro para los clientes potenciales y permite dar a conocer los productos y servicios a una red segmentada de usuarios que, además, son completamente receptivos a esta información, la siguen en tiempo real e interactúan de forma sorprendente con ella. También indica que estar presente en las redes sociales demuestra el apoyo a las nuevas tecnologías, la modernidad y la transparencia de la empresa mientras aumenta la imagen de marca. Así mismo, incrementa la presencia en la red y contribuye a

generar tráfico de calidad hacia tu sitio web, influyendo positivamente en el posicionamiento SEO, puesto que se generan enlaces y conversaciones en tiempo real. Desde el punto de vista de los usuarios, la publicidad en redes sociales, lejos de percibirse como excesiva o invasiva, se tiende a concebir como más "respetuosa" que la insertada en otros canales o medios, según los resultados del Observatorio Redes Sociales. "Como telón de fondo a esta consideración favorable de la presencia de marcas en las redes sociales, está el hecho de que la decisión última de recibir, seleccionar y profundizar en estas acciones publicitarias recaerá en manos del usuario: éste tiene más poder de decisión frente al carácter impositivo que adopta la publicidad en otros medios y canales", decretan. En el caso de las redes, el usuario tiene mayor poder de decisión al segmentar la publicidad que recibe, y al ajustar su interacción según sus gustos e intereses, decidiendo de qué grupo hacerse fan, qué eventos le interesan, de qué marcas recibir información, entre otros. ■



El software germinal de las redes sociales parte de la teoría de los Seis grados de separación, según la cual toda la gente del planeta está conectada a través de no más de seis personas. Aquí mostramos un gráfico de cómo la página de la Cámara de Comercio de Vigo en Facebook, con 2.509 usuarios, interconecta a más de 290.000 personas (imagen realizada a través de TouchGraph).

## Cómo están los españoles en las redes sociales

- Facebook se sitúa como la red más popular (casi universal en determinados tramos de edad), con un 78% de penetración (usuarios con cuenta activa)
- Tuenti con 35% de penetración vive su momento de afianzamiento.
- Twitter despegó desde el 9% (2009) hasta un 14% de internautas usuarios de esta herramienta de comunicación, con un porcentaje cada vez más elevado de usuarios jóvenes.
- Hi5, Myspace y Fotolog sufren las mayores tasas de abandono de redes (por encima del 20% y por tercer año consecutivo en dinámica de pérdida de usuarios)
- Un 45% de los internautas participa en alguna red o comunidad de temática específica, entre las que destacan las profesionales y las de hobbies.
- El 86% de usuarios de Facebook que dice haber interactuado en algún momento con alguna marca frente al 17% que dice hacer lo mismo en Twitter. En cambio hablando de recuerdo, el porcentaje de Twitter sube hasta el 86% mientras que el de Facebook baja al 61%.

Fuente: Informe de Resultados Observatorio Redes Sociales, 3ra oleada, de The Cocktail Analysis (febrero 2011)

## ¿Estar o no estar?

The Nielsen Company, empresa global dedicada a la información y los medios, asegura en un estudio que 26% de los internautas españoles dice ser partidario de poner una opinión o experiencia negativa de un producto o servicio en Internet, a través de foros o Twitter.

Entonces, ¿nos enfrentamos a este tipo de críticas o las ignoramos?. La experiencia de los community managers o gestores de contenido online para las empresas, indica que los usuarios tienden a buscar soluciones y la propia presencia en Internet de las marcas y los canales para que puedan comunicarse les permite intentar buscar una solución y hasta disminuir el tono que utilizan al plantear una queja.

Sin embargo, aclaran que tener presencia en las redes sociales no es crear un perfil en las distintas plataformas si más. Es necesario también escuchar a tus usuarios, crear y ofrecer información de calidad, y generar conversación. Para la pequeña y mediana empresa lo ideal es contratar a un consultor externo especializado en social media para que plantee qué redes son las más adecuadas según sus

clientes, para que defina los objetivos y para que gestione la creación de los perfiles. Este debe trabajar en sintonía con el departamento de marketing, comunicación o prensa y ventas, o, en su defecto, con la dirección general. Después, y dependiendo del presupuesto de la empresa, se podrá contratar a un community manager o externalizar el servicio, bien contratando a una empresa o un freelance. ■

# La Cámara de Vigo celebra la jornada “Mujer y Sectores Emergentes”

La iniciativa pretende apoyar la creación, consolidación y mejora de empresas lideradas por mujeres

La Cámara de Comercio de Vigo acogió el pasado mes la iniciativa “Mujer y Sectores Emergentes”, una jornada de trabajo que se enmarca dentro del proyecto “Fomento del Autoempleo Femenino en Sectores Económicos Emergentes”. El evento nació con el objetivo de apoyar la creación, consolidación y mejora de empresas lideradas por mujeres en sectores económicos emergentes, en los que se están detectando oportunidades de negocio. El programa, dirigido a mujeres emprendedoras y empresarias y a promotores sociales, quiso también combatir la segregación ocupacional que existe actualmente en torno al género, fomentando la participación de la mujer en los sectores emergentes de la actividad económica que registran crecimientos superiores a la media y generan empleo.



La idea de emprender como punto de partida y la viabilidad comercial del proyecto centraron las ponencias durante la mañana. Tras el almuerzo, se llevó a cabo un análisis del mercado, ejemplos de emprendimiento que se han desarrollado satisfactoriamente y los pasos que la emprendedora debe dar para convertirse en empresaria. En este sentido, las treinta participantes del proyecto, realizaron un pre-plan de empresa con los apartados básicos y para servir como punto de partida en la elaboración de un plan de viabilidad conforme a las diferentes ideas desarrolladas en el taller. Desde la Cámara de Vigo se destacó la excelente acogida de esta iniciativa, ya que en apenas una semana se ocuparon todas las plazas desde la apertura de inscripciones. ■

## Varias fases

Para detectar nuevas oportunidades de negocio para las mujeres emprendedoras, las Cámaras de Comercio y la Secretaría de Estado de Igualdad elaborarán, en una primera fase, un estudio, para analizar y detectar los sectores emergentes en España, su comparativa con la situación en la Unión Europea y las políticas que se aplican en los distintos entornos para incentivar, promover y dinamizar su apoyo.

Entre las herramientas y actividades que comprenden este Proyecto se incluyen información y formación práctica a las emprendedoras sobre los diferentes sectores emergentes, así como el desarrollo de una plataforma web, que actuará como lugar de referencia para obtener información y además será un espacio virtual de encuentro, con objeto de fomentar, incentivar y dinamizar la creación de empresas por parte de las mujeres en sectores emergentes. ■

# Javier Gómez-Navarro presenta su dimisión como presidente del Consejo de Cámaras de Comercio

Permanecerá en el cargo en funciones hasta la elección del nuevo presidente, que tendrá lugar el 3 de mayo

J

avier Gómez-Navarro presentó el pasado mes de abril su dimisión como presidente del Consejo Superior de las Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España, ante el Pleno de Cámaras, máximo órgano de gobierno de la institución, compuesto por los presidentes de las 88 Cámaras de Comercio. Gómez-Navarro, permanecerá como presidente en funciones hasta la elección del nuevo presidente de este organismo. Gómez-Navarro justificó dicha decisión por “motivos estrictamente personales y como un gesto de responsabilidad institucional”, ya que las nuevas circunstancias que afectan a las Cámaras y su futuro modelo de funcionamiento requieren de una absoluta dedicación que sus compromisos empresariales y profesionales no le permiten atender en las condiciones que considera necesarias. Gómez-Navarro llegó a la presidencia del Consejo Superior de Cámaras en febrero de 2005. Posteriormente, en junio de 2006, en unas nuevas elecciones tras la renovación de los Plenos de las 88 Cámaras, Gómez-Navarro fue nuevamente elegido presidente del Consejo con el 87,4% de los votos. Cuatro años después, en julio de 2010, fue reelegido en



Javier Gómez-Navarro

el cargo con el 93,3% de los votos. Durante su etapa al frente de las Cámaras, la competitividad ha sido su principal caballo de batalla. Ya en su primera elección, Gómez-Navarro se comprometía ante las empresas a trabajar por la competitividad del tejido productivo español y prácticamente todas sus actuaciones frente al Consejo de Cámaras se han desarrollado para conseguir ese objetivo. Una competitividad asentada sobre la internacionalización, la innovación y la formación, ejes prioritarios de las actividades de las Cámaras durante la presidencia de Gómez-Navarro. Asimismo, bajo su presidencia, las

Cámaras de Comercio tomaron la iniciativa en una serie de materias, a través de una función consultiva activa, recomendando actuaciones a las Administraciones y proponiendo a la sociedad debates públicos sobre cuestiones fundamentales para el desempeño de la actividad empresarial. En este línea cabe destacar las propuestas económicas a los Partidos Políticos, de cara a las elecciones generales de 2008; la mejora de la regulación y reducción de los trámites administrativos o la necesidad de llegar a un Pacto de Estado para lograr un modelo energético sostenible, son algunos de los hitos más sobresalientes en este terreno. ■

# CALENDARIO DEL CONTRIBUYENTE

MAYO 2011	L	M	Mi	J	V	S	D
							1
	2	3	4	5	6	7	8
	9	10	11	12	13	14	15
	16	17	18	19	20	21	22
	23	24	25	26	27	28	29
	30	31					

**DESDE EL 3 DE MAYO  
HASTA EL 30 DE JUNIO**

## RENTA

**Declaración anual 2010.** Mod. D-100.

**HASTA EL 2**

## NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN FISCAL

**Primer Trimestre 2011.** Cuentas y operaciones cuyos titulares no han facilitado el NIF a las entidades de crédito. Mod. 195.

**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.

**Abril 2011.** Grandes Empresas. Mods. 111, 115, 117, 123, 124, 126, 128.

## IVA

**Abril 2011.** 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

**Abril 2011.** Mod. 430.

## IMPUESTOS ESPECIALES DE FABRICACIÓN

**Febrero 2011.** Grandes Empresas (\*). Mods. 553, 554, 555, 556, 557, 558.

Grandes Empresas. Mods. 561, 562, 563.

**Abril 2011.** Grandes Empresas. Mod. 560.

**Abril 2011.** Mods. 564, 566. **Abril 2011 (\*).** Mods. 570, 580.

**Primer Trimestre 2011.** Excepto Grandes Empresas (\*). Mods. 553, 554, 555, 556, 557, 558

## Primer Trimestre 2011.

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. Mod. 510. ■

## EMPLEO

Ref. 758. **Responsable comercial.** Empresa dedicada a la comercialización de energía busca responsable. Candidatos con aptitudes para liderar la expansión de nuestra red comercial. Titulación requerida: Bachillerato o equivalente. Lugar de trabajo: Pontevedra.

Ref. 759. **Comercial (turismo).** Cadena hotelera ubicada en Sanxenxo necesita comercial. Las funciones a realizar serán la venta de productos de empresa (hoteles, spa, balneario, etc) visitando agencias de viajes y clientes.

Ref. 760. **Asesor integrado.** Empresa dedicada a la venta de productos financieros busca asesor integrado para trabajar en Pontevedra y Ourense. Se encargará de la captación de clientes y el asesoramiento financiero. Se busca un candidato/a con perfil comercial, de entre 24 y 50 años y con experiencia previa. Se valorará licenciatura en económicas o derecho. Necesario carné de conducir y vehículo propio.

Ref. 762. **Consultor Junior de Seguridad de la Información.** Se busca estudiante de últimos cursos en Ingeniería de Telecomunicaciones / Informática para convertirse en Consultor de la Seguridad de la Información (SI). Buen nivel de inglés (imprescindible). Remuneración: 640-750 euros/mes. Jornada: 8 h/día.

Ref. 764. **Teletutor de Instalaciones Solares Térmicas.** Imprescindible licenciado/a en Física, Ingeniería Técnica o Arquitectura Técnica. Experiencia profesional acreditable mínima de 1 año en instalaciones solares térmicas.

Ref. 765. **Pedagogo/a.** Licenciado/a en Pedagogía con experiencia en el área de diseño y programación de la formación. Valorable Máster relacionado con RR.HH y/o formación. Imprescindible conocimientos de ofimática e Internet. Se valorará nivel de inglés.

Ref. 767. **Profesor de inglés, francés o portugués.** Empresa de Formación de adultos en idiomas, ubicada en Vigo, busca profesionales con experiencia docente para formación. Horario variable y en márgenes desde las 7 a.m. hasta las 8:30 p.m.. Requisitos: Titulación universitaria no necesariamente de filología, experiencia profesional. Vehículo propio y carnet de conducir.

Ref. 770. **Asistente de dirección (con chino).** Empresa de Vigo necesita incorporar un asistente de dirección que hable chino. Reportará a la dirección de la empresa y se responsabilizará de las relaciones internacionales en chino. Se valorará nivel alto de inglés y experiencia previa como asistente de dirección o en comercio exterior.

Ref. 772. **Consultor comercial marketing online.** Empresa busca un comercial freelance para la comercialización de páginas web, tiendas online, aplicaciones para móviles, optimización web, posicionamiento en buscadores, gestión de redes sociales, desarrollo de imagen corporativa, gestión de publicidad online. Compatible con otras representaciones comerciales complementarias. Lugar de trabajo: Galicia. Requisitos del candidato: Experiencia comercial previa. Titulación requerida: Mínimo FPPII.

## AYUDAS

**Ayudas a emprendedores.** Reso-

lución 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 (Igappe), 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. Ver DOG n°65 del 8 de abril de 2010. Plazo de solicitud: 30 de noviembre de 2011.

**Regulación Instrumento Financiero LIFE+.** Resolución de 7 de marzo de 2011, de la Subsecretaría de Ministerio de Ambiente, y Medio Rural y Marino, por la que se anuncia el plazo de presentación de solicitudes de ayuda a proyectos susceptibles de ser financiados por el Instrumento Financiero LIFE+ de la Unión Europea, en los ámbitos temáticos de LIFE+ Naturaleza y Biodiversidad, LIFE+ Política y Gobernanza medioambientales y LIFE+ Información y Comunicación, convocatoria 2011. Plazo de solicitudes: hasta el 18 de julio de 2011. BOE n° 63 del 15 de marzo de 2011.

**Incentivos para promover la afiliación a la Seguridad Social.** Orden de 17 de marzo de 2011 por la que se establecen las bases reguladoras del programa de incentivos para promover la afiliación a la Seguridad Social de las personas cotitulares o titulares de explotaciones agrarias, cofinanciado por el Fondo Social Europeo, y se procede a su convocatoria para el año 2011. Plazo de soli-

citades: hasta el 30 de septiembre de 2011. DOG n°61 del 28/03/11

**Incentivos a la contratación de las personas trabajadoras.** Orden de 21 de marzo de 2011 por la que se establecen las bases reguladoras del programa de incentivos a la contratación de las personas trabajadoras, cofinanciado por el Fondo Social Europeo, y se procede a su convocatoria para el año 2011. Plazo de solicitudes: hasta el 30 de septiembre de 2011 (revisar condiciones). DOG n°61 del 28/03/11

**Ayudas al Programa Innoempresa.** Resolución del 10 de marzo de 2011 por la que se convocan para el ejercicio 2011, en régimen de concurrencia competitiva, las ayudas del Instituto Galego de Promoción Económica al programa de apoyo a la innovación de las pequeñas y medianas empresas en Galicia (Programa Innoempresa), cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional. Plazo de solicitud: hasta el 6 de mayo de 2011. DOG n°63 del 30/03/2011.

**Promoción de la integración laboral de las personas con discapacidad.** Orden de 18 de marzo de 2011 por la que se establecen las bases reguladoras del Programa de promoción de la integración laboral de las personas con discapacidad en la empresa ordinaria, cofinanciado por el Fondo Social Europeo, y del Programa de empleo con apoyo, como medida de fomento del empleo de personas con discapacidad en el mercado ordinario de trabajo, y se procede a su convocatoria para el año 2011. Plazo de solicitud: 30 de septiembre de 2011. DOG n°63 del 30/03/2011

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

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

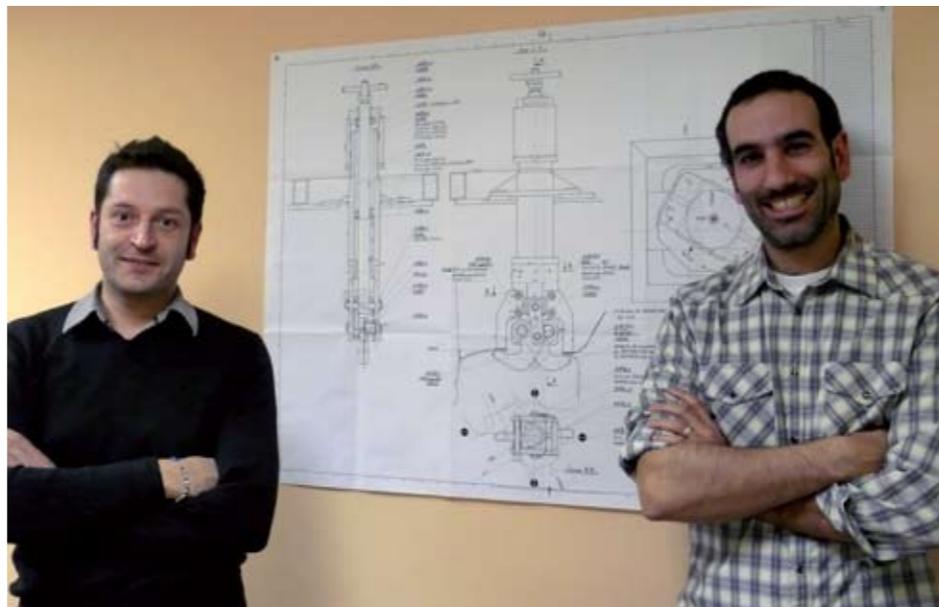
## CONTACTO CONTRATACIÓN PUBLICIDAD

Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Vigo  
C/República Argentina 18 A - Vigo - Pontevedra - España - 36201  
Teléfono: 986 43 36 92. Fax: 986 43 56 59  
Correo electrónico: comunicacion@camaravigo.com. Web: www.camaravigo.com

NAUKA

Carlos Nieves y Xavier Rodríguez

## Experiencia profesional dunha década ao servizo da industria



**N**auka, unha empresa de enxeñería mecánica no seu máis amplo espectro, nace da intención de crear unha peme partindo de cero e onde “poder levar nós a xestión do día a día e a política do futuro”. Eles deseñan máquinas e realizan estudos e proxectos de enxeñería para diversos sectores industriais.

**Cámara de Comercio.-** ¿Cantos socios son e que fortalezas achega cada un ao emprendemento?

**Nauka.-** Somos dous socios con trayectorias profesionais moi parellas polo que a experiencia é practicamente a mesma. En canto ás fortalezas o máis interesante é o coñecemento dos sectores nos que traballamos con profundidade, e a debilidade maior é que costa dimensionar o novo papel a desenvolver agora que ten que incluír diversas facetas, capacidade técnica de enxeñería, de xestión para os trámites empresariais (onde estamos máis verdes)...

**C.C.-** ¿A qué tipo de clientes enfocan os seus servizos?

**N.-** Os tipos de cliente son moi diver-

sos, dende grandes enxeñerías para as que somos un apoio da súa oficina técnica, pequenos talleres que non dispoñen de capacidade de deseño propio, ata fabricantes que nos demandan proxectos completos “chave en man”.

**C.C.-** ¿Cal é o produto ou servizo máis solicitado e por que?

**N.-** O desenvolvemento de máquinas a medida que non se atopan no mercado porque cada empresa ten as súas necesidades e sempre hai que adaptarse a cada caso.

**C.C.-** ¿Que os diferencia?

**N.-** O noso obxectivo é ofrecer un servizo simple e eficaz ós nosos clientes. Por outro lado creemos que é moi importante estar o tanto das novas tecnoloxías para ofrecer novas solucións e máis competitivas.

**C.C.-** ¿Cal foi o maior reto que se lles presentou? ¿Que solución lle deron?

**N.-** O primeiro reto que se nos presentou foi o de elixir un nome para a empresa tivemos que probar moitos ata atopar un que nos convencesse... pero o maior de todos foi o de coller

a dinámica de funcionamento en si dunha empresa, xa que o vir os dous socios da parte técnica hai moitas cousas que nos resultaron completamente novas.

**C.C.-** ¿Que consideran como clave para iniciar un proxecto como o seu?

**N.-** Ilusión, preparación do proxecto a fondo e como non, clientes en carteira.

**C.C.-** ¿Que recomendación lle daría os emprendedores que desexan poñer un negocio en marcha?

**N.-** Que o estuden ben tanto dende o seu perfil profesional, como dende os criterios económicos de gastos- ingresos, liquidez, persoal, servizo a prestar.. E tamén ter claro cal é o fin último do negocio.

**C.C.-** ¿Que estratexia de crecemento teñen formulada? ¿Inverterán en mercadeo ou noutro mecanismo para darse a coñecer?

**N.-** Consideramos que dar un bo servizo é unha estupenda publicidade. Como partimos con experiencia e coñecemento de varios sectores e

clientes non inverteremos en ningún tipo de mercadeo.

**C.C.-** ¿Realizaron algún estudo da competencia, outras empresas do sector e do mercado ou nicho ao que dirixen os seus produtos?

**N.-** De novo a nosa experiencia profesional dunha década en diversos sectores industriais permítenos coñecer a competencia e algunhas das necesidades do mercado sobre as que traballamos.

**C.C.-** ¿Como se asesoraron dos aspectos legais, contables e financeiros do negocio?

**N.-** Contamos dende o inicio con unha asesoría para todos os trámites legais, ademais do apoio buscado nos servizos de asesoramento da Cámara de Comercio de Vigo. Para coñecer polo miúdo os trámites e os pasos a dar para a constitución da empresa tamén acudimos ós servizos de información do ministerio de traballo, INEM... Os aspectos legais de constitución, distribución de funcións, organización interna da empresa, e xestión económica dos traballos foron os que supuxeron maior complexidade. ■



### PRODUCTOS E SERVIZOS

- Fabricación de maquinaria e equipos a medida.
- Estudos técnicos.
- Dirección de proxectos.
- Procesos de certificación e marcado CE de máquinas.

### INNOVACIÓN E DIFERENCIACIÓN

Nauka desexa:

- Colaborar con outras empresas que necesitan un servizo de enxeñería do que non dispoñen.
- Colaborar con aquelas outras que si teñen enxeñería pero non dispoñibilidade de atender os clientes na zona de Galicia e norte de Portugal.
- Desenvolver equipos con tecnoloxía de vangarda na detección por medio de visión artificial, onde contamos con alianzas moi importantes no sector industrial.



## 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](http://www.camaravigo.com)

AMETS. Despacho 2. Tlf.: 986 120 134. aTdP. Despacho 19. Tlf.: 886 113 090. CARMEN PAZOS - ECONOMISTA. Despacho 16. Tlf.: 886 113 124. BETA. Despacho: 13. Tlf.: 986 120 107. CONVIERTE. Despacho 12. Tlf.: 986 220 942. DESMARQUE. Despacho: 17. Tlf.: 627 067 825. DOMIOLO. Despacho 11. Tlf.: 886 131 081. INGADE. Despacho 7. Tlf.: 986 120 117. INPROSEC. Despacho 10. Tlf.: 886 113 106. NANOIMMUNOTECH. Despacho 8. Tlf.: 986 120 143. MANUEL LÓPEZ-BENITO. Despacho: 14. Tlf.: 986 120 342. MOTIONA. Despacho 3. Tlf.: 986 120 111. NAUKA INGENIEROS. Despacho: 15. Tlf.: 986 120 132. NIRA GDC, S.L. Despacho 20. Tlf.: 986 120 024. REDSYP. Despacho: 6. Tlf.: 986 110 191. TRIQUETA VERDE. Despacho 4. Tlf.: 886 134 197. UXA. Despacho 5. Tlf.: 986 120 127. VIFORDAT. Despacho 1. Tlf.: 886 113 129. NEOINTEGRA. Despacho 9. Tlf.: 986 120 108.