

AÑO 8 N° 91 OCTUBRE 2011

# ÁREA

## Cámara

### Vigo

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

## Comercio Exterior

Encuentro Internacional  
de la Pesca EUROFISH  
2011

## Reportaje

Hombres y mujeres  
“casi” iguales en empleo  
de alta cualificación

## Formación

Novedades para  
octubre

## Noticias

Vigo y Panamá se  
unen para promover  
la exportación

# CONKEMAR 2011

## Sentido común

En las últimas semanas se ha reavivado la polémica en torno al futuro de los aeropuertos y al modelo de promoción aeroportuaria de Galicia. Desde hace meses se vienen produciendo desencuentros sobre este tema, desencuentros probablemente difíciles de evitar, y exacerbados por la paulatina reducción en el número total de viajeros, derivado de la crisis económica, por el cambio de modelo de negocio de las aerolíneas, y por la competencia de un aeropuerto de mayor escala, como el de Oporto.

Lo cierto es que, además de su coste en la ejecución y mantenimiento de las infraestructuras, los enlaces aéreos, que los tres aeropuertos gallegos ansían y por los que pugnan, tienen, en algunos casos, costes que no siempre parecen razonables ni están del todo claros, pero que existen. En estos casos, alguna administración, o varias, tienen suscrito un convenio por el que, y bajo el paraguas de la promoción turística, la compañía aérea que lo opera recibe dinero, bien una cantidad fija, o bien una cantidad variable en función de los pasajeros transportados. Es decir, que, se mire como se mire, las administraciones subvencionan una actividad económica, distorsionando el mercado.

Pero hay otros aspectos que deben considerarse. En unas declaraciones que aparecen en buen número de periódicos de Galicia, el viernes 30 de Septiembre, el Director General para España y Portugal de Air Berlín, le

pone el cascabel al gato cuando declara que, el sistema de subvenciones a las líneas aéreas no sirve para la promoción turística de un destino, sino que sirve sólo para subvencionar las vacaciones a los residentes locales. Y lamentablemente, tiene razón. Si hemos subvencionado los enlaces con el extranjero para potenciar el número de visitantes que recibimos, solo debemos consultar las estadísticas para ver que no lo hemos conseguido. La gran mayoría de los viajeros de los enlaces internacionales de Galicia son gallegos. O sea, que es cierto. Los impuestos de los ciudadanos han servido para conseguir que los viajes de algunos afortunados hayan resultado artificialmente más baratos y, a veces, ni siquiera eso.

Y aún hay más. La introducción de subvenciones en el panorama de las conexiones aeroportuarias distorsiona el mercado de modo que pone en cuestión la continuidad de aquellos enlaces que se autofinancian. Así, cuando se plantea subvencionar enlaces de algunos aeropuertos con París, peligra la continuidad del único enlace internacional no subvencionado que tiene Galicia: la línea Vigo-París CDG que opera Air France.

En tiempos de escasez, como los actuales, es imprescindible gastar sabiamente. Dedicemos el dinero a promocionar Galicia en el exterior como destino turístico, de modo que los enlaces aéreos tengan una ocupación suficiente para hacerlos rentables e interesantes para las compañías. Cualquier otro modelo será provisional y, a medio plazo, ruinoso para todos. ■

**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  
Agosto 2011

ÍNDICE GENERAL  
111,9/ VARIACIÓN  
EN UN AÑO 3,0%  
Alimentos y bebidas  
no alcohólicas.  
110,3/2,2%. Bebidas  
alcohólicas y  
tabaco. 144,4/5,6%.  
Vestido y calzado.  
91,9/-0,2%. Vivien-  
da. 124,9/7,3%.  
Menaje. 108,3/1,1%.  
Medicina. 95,8/  
-1,2%. Transpor-  
te. 117,6/7,5%.  
Comunicaciones.  
97,6/-1,2%. Ocio  
y cultura. 100,5/  
0,1%. Enseñan-  
za. 117,2/2,2%.  
Hoteles, cafés  
y restaurantes.  
116,9/1,5%. Otros  
bienes y servicios.  
115,4/2,9%.

## Nuestras empresas recorren el mundo

Octubre será un mes bastante activo para el departamento de comercio exterior, que a lo largo de este mes guiará a nuestras empresas por diversos lugares del mundo

Los productos del mar, frescos y congelados, así como el procesado y la acuicultura, serán los sectores protagonistas de las acciones de comercio exterior durante el mes de octubre. Y es que a Conxemar, la Feria de Productos del Mar, para la cual la Cámara de Vigo ha organizado una misión comercio inversa (ver página siguiente), se une una misión comercial a Reino Unido, específica de este sector y que se celebrará del 24 al 28 de octubre; así como una misión comercial a China, del 29 de octubre al 5 de noviembre. En ésta última acción, participarán una veintena de empresas que, además, tendrán la oportunidad de visitar la China Fisheries & Seafood Expo, el evento más importante de Asia para productos del mar.

Por otro lado, la Cámara de Comercio de Vigo participará por primera vez en la Feria Ecartec, un salón que en los últimos años se ha convertido en la cita internacional más importante dedicada a los vehículos eléctricos. Tendrá lugar el Munich, del 18 al 20 de octubre. Esta feria, dividida en cinco áreas temáticas (vehículos eléctricos, técnica, almacenamiento de energía, finanzas, energía e infraestructuras y subcontratación e ingeniería), contó en su pasada edición con casi 400 expositores y 12.000 visitantes por lo que el evento representa una gran oportunidad para potenciar y ampliar la red de contactos en el mercado alemán. Este nuevo sector lleva aparejado nuevos desarrollos tecnológicos e infraestructu-



ras de almacenamiento de energía eléctrica. Además, hay que tener en cuenta que la mayoría de los países europeos están apostado fuertemente por el futuro del coche eléctrico, por

lo que representa en términos de ahorro energético (reducción de nuestra dependencia energética), desarrollo de energías limpias y reducción de emisiones de CO2, entre otros. ■

# Conxemar, una cita obligada del calendario ferial

Al igual que en los últimos seis años, las Cámaras de Vigo y Pontevedra organizan el Encuentro Internacional EUROFISH VIGO 2011, para promover las relaciones bilaterales entre empresas gallegas y extranjeras

**C**onxemar 2011 abre un año más sus puertas convertida en la cita ineludible del calendario ferial para el sector de los productos congelados. Será la décimotercera edición y en ella se darán cita 520 empresas de diversos países. Se espera la presencia de 398 expositores españoles y más de un centenar internacionales. Destacan, por su número de stands, la participación de firmas procedentes de Francia (17), Perú (15), EE. UU. (15), Portugal (14), Vietnam (12) y Alemania (12). Por otro lado, la representación oficial también se dejará ver con la asistencia de los Gobiernos de Asturias, País Vasco, Andalucía, Canarias y la Xunta de Galicia. Estará como en años anteriores el Fondo de Regulación y Organización del Mercado de los Productos de la Pesca y Cultivos Marinos (FROM), y otros organismos oficiales como la Cámara de Lima, la embajada de Canadá o el Consejo de Comercio de Islandia, entre otras instituciones.

Según datos recogidos de la pasada edición, cabe destacar que a Conxemar 2010 acudieron representantes de más de 89 nacionalidades; y según su procedencia, los visitantes españoles fueron los más numerosos seguidos de portugueses, italianos, franceses, argentinos, holandeses y rusos. Si atendemos al tipo de actividad, las visitas mayoritarias correspondieron a importadores seguidos de mayoristas, distribuidores, exportadores y fabricantes.



En esta edición, al igual que en los últimos seis años, las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación de Vigo y Pontevedra, organizan el Encuentro Internacional de la Pesca EUROFISH VIGO 2011, apoyado en esta ocasión por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional. Estos encuentros están concebidos y organizados para promover y facilitar las relaciones bilaterales entre empresas gallegas, y otras procedentes de áreas geográficas de interés según objetivos comerciales. Los resultados de estos encuentros y la experiencia obtenida anteriormente, nos muestran que la cooperación puede realizarse bajo varias formas y va desde la creación de alianzas estratégicas hasta la firma de acuerdos de distribución, pasando por la transferencia de tecnología o

incluso por el simple, pero fructífero, intercambio de información. La elección de los países objeto de esta actuación se ha realizado teniendo en cuenta varios factores, tales como el interés de las empresas gallegas de productos pesqueros en mercados exteriores para operaciones de exportación, la población, el nivel de consumo de productos del mar y el poder adquisitivo. En esta ocasión, la mayor parte de las empresas extranjeras son importadores y distribuidores de productos pesqueros y por lo tanto acuden a este encuentro con el objetivo inicial de consolidar los contactos que les permitan adquirir productos pesqueros, así como maquinaria de las empresas gallegas, de tal manera que se promocionarán las exportaciones de éstas a dichos países. ■

## Situación en España y Galicia

La industria de transformación española es, sin lugar a dudas, el escalón productivo más importante del conjunto del sector pesquero español. El importe neto de la cifra de negocios, del procesado de pescado, crustáceos y moluscos en 2009, ascendió a 4.112 millones de euros y con una generación de empleo, renta y demanda de exportación altamente significativa. Partiendo de estas cifras y motivado por el crecimiento de la producción de la industria transformadora de pescado en España, se creó una necesidad creciente de abastecimiento de materias primas para el desarrollo de estas producciones. Así, podemos destacar que España es el primer país de la Unión Europea en importaciones de pescado y productos pesqueros procedentes de Sudamérica. Las circunstancias actuales han provocado, que por primera vez en veinte años, la alimentación descienda en volumen. Sin embargo, el segmento de productos congelados se incrementó en un 2,2% en volumen según los datos del segundo trimestre del 2010 frente a las mismas fechas del 2009 en contraposición con los productos frescos. En el caso de los productos congelados, semanalmente un 35% de los individuos españoles consumen pescado congelado en casa con una frecuencia de 1,6 veces frente al 58% de los que consumen fresco con una frecuencia de 2,1 veces. Un hogar español anualmente duplica su

consumo de pescado congelado frente a la media europea y multiplica por 5 su consumo de marisco congelado. Centrándonos en Galicia, podemos decir que el sector pesquero continúa siendo uno de los primeros agentes de la economía gallega. Además de la facturación directa, esta actividad estimula el funcionamiento de otros muchos agentes económicos en Galicia. De hecho, del sector pesquero gallego dependen no sólo los más de 25.700 marineros, acuicultores y mariscadores que faenan habitualmente sino también trabajadores de actividades como la industria conservera, los hosteleros o el comercio. Se estima que por cada empleo en el mar se crean alrededor de cuatro empleos más en tierra. El sector industrial y transformador de conservas de pescados y mariscos de Galicia contribuye al PIB en un 2,8% y genera el 6,5% del empleo industrial. Galicia cuenta además con 65 factorías que se dedican al sector conservero de productos del mar y que generan 11.950 puestos de trabajo. Las descargas de pescado, tanto fresco como congelado, no dejan de crecer en los puertos gallegos, especialmente en el de Vigo, que es el puerto europeo de mayor movimiento de pescado. En cuanto a la mayor capacidad frigorífica de Galicia corresponde a Pontevedra, que lidera a gran distancia la clasificación de ventas gallegas y españolas de productos pesqueros congelados. ■

## Dos misiones comerciales inversas

**L**as Cámaras de Comercio de Vigo y Pontevedra organizan este encuentro, financiado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional, dos misiones comerciales inversas en las que 28 empresas de diferentes países se reunirán con 43 empresas gallegas del sector pesca. La Cámara de Comercio de Vigo se encarga de las empresas procedentes de Alemania (1), Austria (3), Francia (3), Georgia (2), Kazajistán (1), Rusia (1), Turquía (2) y Ucrania (3), mientras que la Cámara de Pontevedra organiza una misión comercial inversa en la que participan 12 empresas procedentes de Brasil. Serán más de 1.200 encuentros de trabajo los que se produzcan en estos encuentros, una cifra nada desdeñable y que por ediciones anteriores garantiza el éxito de futuras colaboraciones empresariales. ■

# Las nuevas tecnologías interesan

## FORMACION OCTUBRE

La Cámara de Vigo arranca el grueso de su programa formativo a lo largo de este mes. Serán un total de 25 acciones formativas las que se llevarán durante octubre, en las cuales se ha tenido en cuenta las demandas de los alumnos. Y las nuevas tecnologías son, sin duda, una de las preferencias más solicitadas. En este sentido, la institución celebrará por primera vez el curso **Community Manager**, una iniciativa con la que se pretende que el alumno conozca los conceptos clave de la comunicación 2.0; sea capaz de gestionar redes sociales y blogs corporativos con eficacia; conozca las técnicas de intervención, respuesta y resolución de problemas, y domine herramientas de gestión de redes, monitorización y estadística.



### CURSOS GENERALES

#### Protocolo empresarial

Duración: 15 horas  
 Fechas: del 03/10/2011 al 07/10/2011  
 Horario: de 19:00 a 22:00 horas

#### Contratos, Nóminas y Seguridad Social

Duración: 27 horas  
 Fechas: del 03/10/2011 al 14/10/2011  
 Horario: de 19:00 a 22:00 horas

#### Creación y consolidación de empresas

Fechas: del 03/10/2011 al 02/12/2011  
 Organiza: En colaboración con la Fundación Incyde y la Consellería de Trabajo

#### Técnicas de venta

Duración: 9 horas  
 Fechas: del 04/10/2011 al 06/10/2011  
 Horario: de 19:00 a 22 horas

#### Manipulador de alimentos

Fechas: 05/10/2011  
 Horario: de 16:30 a 19:30 horas

#### Facturación informatizada: Facturaplus

Duración: 15 horas  
 Fechas: del 17/10/2011 al 21/10/2011  
 Horario: de 19:00 a 22:00 horas

### Habilidades comunicativas

Duración: 30 horas  
 Fechas: del 17/10/2011 al 28/10/2011  
 Horario: de 19:00 a 22:00 horas

### Cómo negociar con la banca

Duración: 9 horas  
 Fechas: del 18/10/2011 al 20/10/2011  
 Horario: de 19:00 a 22:00 horas

### Tacógrafo digital

Duración: 5 horas  
 Fechas: 22/10/2011  
 Horario: de 9:00 a 14:00 horas

### Contabilidad y análisis de balances

Duración: 46 horas  
 Fechas: del 24/10/2011 al 24/11/2011

### Gestión y práctica laboral

Duración: 46 horas  
 Fechas: del 24/10/2011 al 24/11/2011

### Finanzas para no financieros

Duración: 15 horas  
 Fechas: del 24/10/2011 al 28/10/2011  
 Horario: de 19:00 a 22:00 horas

### Nóminas informatizadas: Nominaplus

Duración: 15 horas  
 Fechas: del 24/10/2011 al 28/10/2011  
 Horario: de 19:00 a 22:00 horas

### Community Manager

Duración: 15 horas  
 Fechas: del 31/10/2011 al 07/11/2011  
 Horario: de 19:00 a 22:00 horas

### INFORMÁTICA

#### Hoja de cálculo: Excel 2007 Avanzado (nivel II)

Duración: 30 horas  
 Fechas: del 03/10/2011 al 17/10/2011  
 Horario: de 19:00 a 22:00 horas

#### Hoja de cálculo: Excel 2001 Especializado (nivel III)

Duración: 30 horas  
 Fechas: del 18/10/2011 al 31/08/2011  
 Horario: de 19:00 a 22:00 horas

### COMERCIO EXTERIOR

#### Operativa y práctica del comercio exterior

Duración: 60 horas  
 Fechas: del 17/10/2011 al 07/11/2011  
 Horario: de 18:00 a 22:00 horas

### IDIOMAS

#### Correspondencia comercial en inglés

Duración: 15 horas  
 Fechas: del 03/10/2011 al 07/10/2011  
 Horario: de 19:00 a 22:00 horas

#### Breakfast & Speaking

(mensual octubre- jueves)  
 Duración: 6 horas  
 Fechas: del 06/10/2011 al 27/10/2011  
 Horario: de 8:30 a 10:00 horas

### Conversación en inglés: Conversation in English. Categoría: Cursos de Idiomas

Duración: 20 horas  
 Fechas: del 17/10/2011 al 27/10/2011  
 Horario: de 19:30 a 22:00 horas

### JORNADAS Y SEMINARIOS

#### Taller teórico-práctico: Networking 2.0, marca personal en redes sociales

Duración: 4 horas  
 Fechas: 06/10/2011  
 Horario: de 9:30 a 13:30 horas

#### Técnicas de negociación: la comunicación no verbal

Duración: 4 horas  
 Fechas: 13/10/2011  
 Horario: de 9:30 a 13:30 horas

#### Cómo adaptar la empresa a la LOPD

Duración: 4 horas  
 Fechas: 18/10/2011  
 Horario: de 9:30 a 13:30 horas

#### Cómo gestionar un equipo de ventas

Duración: 4 horas  
 Fechas: 25/10/2011  
 Horario: de 9:30 a 13:30 horas

#### Responsabilidad civil y mercantil de los administradores

Duración: 3 horas  
 Fechas: 27/10/2011  
 Horario: de 9:30 a 13:30 horas ■



# Hombres y mujeres: "casi" iguales en empleos de alta cualificación

La brecha salarial sigue siendo la asignatura pendiente, con un diferencial del 31.8%, nueve puntos por encima de la media nacional que está en un 22%



Trayectorias laborales de las mujeres que ocupan puestos de alta cualificación" es el título del reciente estudio presentado por la Secretaría de Estado de Igualdad, en cuya elaboración han participado las Cámaras de Comercio de España. El documento destaca que la presencia de mujeres en los puestos de alta cualificación está equilibrada, con un 43%, frente al 57% de hombres. No obstante, la principal diferencia reside en la brecha salarial, situada en el 31.8%, nueve puntos

por encima de la media nacional que está en un 22%. Para Laura Seara, secretaria de Estado de Igualdad, esta situación se atribuye a los componentes variables de los sueldos más altos (bonus, consecución de objetivos...), que pueden llegar a incluir hasta el 50% de la remuneración: "a mayor categoría de salarios existen más retribuciones variables que están fuera de los convenios, como objetivos, disponibilidad o reparto de beneficios". Por otro lado, Seara argumenta que

## Apoyo de las Cámaras a las mujeres emprendedoras

Desde hace más de una década, las Cámaras de Comercio apoyan a las mujeres con iniciativas emprendedoras a través del Programa de Apoyo Empresarial a las Mujeres (PAEM), una apuesta que ha visto nacer a más de 21.000 empresas desde el año 2.000. Sólo en 2010 se crearon 2.313 empresas, que generaron 2.567 puestos de trabajo entre autoempleo y asalariados. ■



"a veces las mujeres pueden tener dificultades para viajar debido a las cargas familiares o, simplemente, a que la empresa piensa que puede tenerlas. Algo parecido a lo que pasa con ser madre. No solo se penaliza el ser madre, sino la mera posibilidad de que se pueda llegar a serlo".

El estudio analiza una muestra de 32.690 trabajadores y trabajadoras que ocupan puestos de muy alta cualificación, con datos referidos a 2009, y se apoya en la Muestra Continua de Vidas Laborales, una fuente novedosa que permite analizar también aspectos más concretos de las trayectorias profesionales.

En cuanto a los perfiles, los datos confirman que las características de los hombres y mujeres en puestos de alta cualificación son similares: edad

entre 35 y 44 años; pertenencia a una familia en la que el cónyuge tiene un empleo remunerado; jornada completa y con un contrato indefinido en una empresa consolidada y de gran tamaño. El informe también refleja como característica de este sector la alta estabilidad: el 67% de los hombres y el 63% de las mujeres no han abandonado el empleo de alta cualificación desde su acceso a este tipo de puestos de trabajo; aunque las diferencias de género son más desfavorables en las mujeres porque sus experiencias de empleo son más inestables y discontinuas.

Ahondando en este aspecto, es precisamente en el segmento de edades comprendidas entre los 35 y 44 años en los que se agudizan los rasgos específicos, y desfavorables, de las tra-

yectorias laborales de las mujeres que ocupan este tipo de puestos, debido a que, en este intervalo de edad, la mayoría de las mujeres se inician en la maternidad y disfrutan de la crianza de sus hijos e hijas, siendo penalizadas por el mercado de trabajo. De ahí la inestabilidad frente a sus compañeros varones, que se ve reflejada con un mayor número de episodios de desempleo e inactividad. Una de las conclusiones más llamativas es la existencia de una penalización por la mera posibilidad de tener descendencia, ya que la inestabilidad comentada afecta de manera muy similar a las mujeres que están en este tramo de edad, tengan o no, hijos e hijas a su cargo. Es decir, se tiene en cuenta la maternidad y/o la mera posibilidad de tener descendencia. ■



## Origen

El aumento del nivel educativo de la población española en la última década se configura como uno de los cambios más trascendentales de la sociedad en general, y de las mujeres en particular. Este acelerado incremento de la cualificación profesional de los trabajadores y trabajadoras, ha sido uno de los factores básicos de la transformación económica y social registrada en las estructuras que definen el actual mercado de trabajo. A pesar de su importancia, este proceso ha sido escasamente analizado, sobre todo desde la perspectiva de género, por lo que este estudio contribuye a paliar este déficit al aportar resultados detallados sobre las trayectorias laborales y perfiles sociolaborales de las mujeres en el desempeño de tareas de alta dirección, o de otras que exigen estudios universitarios de segundo y tercer grado, en comparación con sus colegas masculinos. ■



# Trabajo conjunto para impulsar la actividad innovadora en las PYMES

Las Cámaras y Cotec firman un acuerdo a favor de las pequeñas y medianas empresas, que suponen el 99% del tejido productivo español

Las Cámaras de Comercio y la Fundación Cotec trabajarán conjuntamente para lograr que las pymes, que suponen más del 99% del tejido productivo español, incorporen y consoliden la innovación como elemento estratégico en su gestión. Asimismo, se han marcado como segundo objetivo prioritario intensificar la interrelación entre las universidades y las empresas.

Para ambas instituciones, innovación y educación son los grandes retos pendientes para lograr que España disponga de un sistema de innovación avanzado, que permita desarrollar una economía sostenible, basada en el conocimiento. Para lograr estos objetivos, expertos de ambas instituciones han elaborado el "Plan de actuación Cámaras-Cotec" que contempla las siguientes actividades:

1. Desarrollar herramientas para dinamizar la innovación en las pymes, a través del "Programa de Fomento del Espíritu Emprendedor".
2. Difundir el modelo de innovación Cotec para pymes.
3. Realizar actividades formativas en las Cámaras de Comercio sobre Gestión de la Innovación.



4. Colaborar con los Agentes del Conocimiento, integrados en la Red de Gabinetes de innovación y transferencia, ubicados en las Cámaras, y que identifican a las empresas con capacidad para participar en los circuitos de transferencia.

5. Proponer medidas de actuación en el área de la innovación a las diferentes Administraciones Públicas.

6. Desarrollar actividades de sensibilización, análisis y evaluación, como estudios, talleres de trabajo o paneles empresariales de debate.

7. Articular mecanismos y formas de sensibilizar a la pyme sobre cuestiones de innovación.

Lograr que las pymes incorporen la innovación a su gestión sigue siendo, junto con la mejora de la educación, el gran reto de la economía española. Según los últimos datos oficiales de la Encuesta de Innovación en las Empresas del INE, correspondientes a 2009, tan sólo algo más del 15% del total de empresas analizadas de menos de 250 asalariados fueron innovadoras, frente a cerca del 42% de empresas de más de 250 asalariados.

En el nuevo enfoque de las actividades de la Fundación Cotec, aprobado recientemente, las pymes ocupan un lugar prioritario ya que la innovación que exige la actual economía es una cuestión de todas las empresas, sean grandes o pequeñas, porque se compite en un mercado global en el que sólo triunfan las empresas más competitivas. ■

# Las Cámaras de Vigo y Panamá se unen para fomentar los contactos empresariales

Los dos entes camerales firman un protocolo de colaboración para organizar las agendas de trabajo en las misiones comerciales que se lleven a cabo en el país centroamericano

La Cámara de Comercio de Vigo y la Cámara Oficial Española de Comercio de Panamá acaban de firmar un convenio de colaboración cuyo objetivo principal es ofrecer a nuestras empresas el apoyo necesario para abordar de manera asequible el mercado de este país. Gracias a la firma, que se produce durante la misión comercial que la Cámara de Vigo está llevando a cabo estos días en Panamá, cuando una empresa de la demarcación viguesa pretenda acceder a este mercado, la institución panameña colaborará en la elaboración de las agendas de contactos que se organizan en este tipo de viajes. Se trata de reuniones empresariales personalizadas que aseguran y agilizan el trabajo de las empresas gallegas cuando se encuentran de visita en países extranjeros en busca de la apertura de nuevos mercados.

Por otro lado, el acuerdo establece que la Cámara de Vigo ayude a difundir también entre las empresas de su demarcación, así como entre las empresas gallegas que participen en las acciones del Plan FOEXGA, la oferta de servicios de la Cámara Oficial Española de Comercio en Panamá. En este sentido, la institución centroamericana se compromete a aplicar a nuestras empresas, y durante la vigencia del presente conve-



nio, las tarifas de forma reducida y con carácter especial.

Siendo uno de los objetivos fundamentales de las Cámaras el fomento de la internacionalización de las empresas, ambos entes camerales pretende que las firmas con poca experiencia en exportación no se encuentren solas cuando decidan iniciarse en el nuevo mercado. Se trata de un empujón más hacia la promoción exterior que se suma al calendario de acciones que anualmente elabora la institución presidida por José García Costas, y que cuenta con el respal-

do de la Xunta de Galicia a través del Plan FOEXGA, una iniciativa de apoyo a las exportaciones especialmente concebida para responder a las necesidades particulares de cada empresa, así como a las peculiaridades del tejido empresarial gallego.

Para más información sobre este Programa o para solicitar la confección de la agenda de trabajo, las empresas interesadas deberán contactar con el departamento de Comercio Exterior de la Cámara de Comercio de Vigo, [comex@camaravigo.com](mailto:comex@camaravigo.com), o a través del teléfono 986 446 295. ■

# CALENDARIO DEL CONTRIBUYENTE

OCTUBRE 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						

## 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. **Septiembre 2011.** Grandes Empresas. Mods. 111, 115, 117, 123, 124, 126, 128. **Tercer Trimestre 2011.** Mods. 110, 115, 117, 123, 124, 126, 128. Pagos fraccionados Renta Tercer Trimestre 2011:

Estimación Directa. Mod. 130. Estimación Objetiva. Mod. 131. Pagos fraccionados Sociedades y Establecimientos Permanentes de no Residentes Ejercicio en curso: Régimen General. Mod. 202. Régimen de consolidación fiscal (Grupos Fiscales). Mod. 222. **IVA Septiembre 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. **Tercer Trimestre 2011.** 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. Operaciones asimiladas a las importaciones. Mod. 380. 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 Septiembre 2011.

**IMPUESTOS ESPECIALES DE FABRICACIÓN Julio 2011.** Grandes Empresas (\*). Mods. 553, 554, 555, 556, 557, 558. Grandes Empresas. Mods. 561, 562, 563. **Septiembre 2011.** Grandes Empresas. Mod. 560. **Septiembre 2011.** Mods. 564, 566. **Septiembre 2011** (\*). Mods. 570, 580. **Tercer Trimestre 2011.** Mods. 521, 522. Actividades V1, V2, V7, F1, F2. Mod. 553.

Excepto Grandes Empresas. Mods. 560. **Tercer Trimestre 2011.** Mod. 595. 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. Mods. 510.

### IMPUESTO SOBRE VENTAS MINORISTAS DE DETERMINADOS HIDROCARBUROS Tercer Trimestre 2011.

## HASTA EL 31

### NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN FISCAL Tercer Trimestre 2011.

Cuentas y operaciones cuyos titulares no han facilitado el NIF a las entidades de crédito. Mod. 195. **CUENTA CORRIENTE TRIBUTARIA** Solicitud de inclusión para el año 2012. Mod. CCT. La renuncia al sistema de cuenta corriente en materia tributaria, se deberá formular en el modelo de "solicitud de inclusión / comunicación de renuncia al sistema de cuenta corriente en materia tributaria". ■

## ANUNCIOS

### EMPLEO

Ref. 778. **Asesor financiero.** Se busca asesor para ofrecer a las familias un servicio de planificación financiera. Su tarea consistirá en la captación de clientes y en la realización de dicha planificación financiera. Se requiere titulación universitaria (economía y/o finanzas) o módulo de administración y finanzas. Los candidatos que superen el proceso de selección recibirán una formación sobre la metodología del trabajo. Edad: 26-45 años. Horario orientativo: mañana y tarde. Lugar de trabajo: Vigo/ Pontevedra/ La Guardia.

Ref. 783. **Técnico Comercial para Francia.** Empresa secciona Responsable Técnico Comercial para el lanzamiento de panel solar térmico en Francia. Se ofrece formación inicial para el desarrollo de tareas; vehículo de empresa, móvil y portátil; y posibilidad de desarrollar carrera profesional dentro de un grupo líder en su sector. Se requiere experiencia mínima de 2 años demostrable orientada al cliente, grandes dotes de comunicación y disponibilidad para viajar.

Ref. 788. **Colaborador comercial vida.** Compañía de seguros busca colaborador comercial para asesorar y vender a sus clientes los productos de ahorro e inversión (vida) que comercializan. Horario orientativo: 10:30-15:00 / 16:30-20:00. Lugar: Vigo. Requisitos del candidato: Formación en Finanzas (universitaria o grado), con vocación comercial. Edad: entre 20 y 35 años.

Ref. 789. **Ceramista dental.** Clínica Dental en Vigo busca con urgencia persona que se dedique a la realización de piezas dentales (preparación de prótesis) Posibilidad

de incorporación inmediata. Titulación requerida: Preferible titulado protésico.

Ref. 790. **Ejecutivo comercial.** Empresa de transporte y logística internacional busca una persona que se encargue del desarrollo de las ventas visitando a clientes en Galicia. También se encargará de la captación de nuevas cuentas y mantenimiento de los clientes actuales. Requisitos: Experiencia en puesto similar, carné de conducir. Titulación requerida: Formación como comercial internacional.

Ref. 794. **Comercial de publicidad y medios.** Televisión local busca candidato para cubrir una vacante como comercial de publicidad y medios. Será el responsable de la fidelización y apertura de una cartera de clientes, comercializando todos los servicios que la cadena local ofrece. Localidad: Comarca del Deza, residente en Santiago, Lalín, Melide, Arzúa, Silleda... Estudios mínimos: Bachillerato, valorándose la posesión de formación/conocimientos en imagen y sonido y/o publicidad y medios. Se requieren 2 años de experiencia comercial trabajando por objetivos de ventas, tanto con cartera de clientes como de nueva captación. Disponibilidad para viajar de forma local por la comarca del Deza. Carné de conducir y vehículo propio. Manejo de herramientas informáticas para la gestión comercial (paquete Office, correo electrónico...).

Ref. 796. **Vendedora.** Se necesita para trabajar en Vigo vendedora con perfil comercial para venta, asesoramiento, captación y fidelización del cliente. Se encargará de la atención al cliente, reposición, venta, colocación de escaparates, cabeceras, gestión de incidencias, reclamaciones, devoluciones y cobro

en caja. Edad: 18-45 años. Horario orientativo: de 10:00 a 13:45 horas y de 16:30 a 20:00 horas.

Ref. 797. **Administrativo de compras.** Se busca administrativo de compras para trabajar en Portugal. Se encargará de realizar trabajos administrativos de compras e importaciones, así como la relación con proveedores nacionales y extranjeros. Horario orientativo: 8:00 a 4:30 horas. Requisitos del candidato: Idioma Inglés y conocimientos de comercio exterior. Titulación requerida: Ciclo superior o universitario.

Ref. 798. **Administrativo.** Empresa ubicada en Vigo dedicada a la comercialización de pescado y marisco congelado busca administrativo para su departamento de logística. Se requiere persona con experiencia previa en administración logística, con iniciativa, organizada y gran capacidad de trabajo. Las funciones principales serán organizar y gestionar los transportes de mercancías a granel o en contenedores, carga desde barco a camión, traslado a frigorífico, clasificaciones, traspaso entre cámaras y a cliente. Todo ello siguiendo los procedimientos establecidos, asegurando la correcta manipulación y transporte de la mercancía. Una parte fundamental del puesto de trabajo será la correcta gestión documental en el sistema informático (órdenes de carga, emisión de albaranes, etc.) manteniéndolo actualizado. Titulación requerida: Administración de Empresas, Diplomatura en C. Empresariales o Técnico en Logística. Idiomas: Inglés a nivel medio hablado y escrito. Otros idiomas muy valorados. Dominio de Office, bases de datos y hojas de cálculo a nivel usuario. Contrato: Indefinido (período de prueba de 3 meses). Jornada: Completa.

### AYUDAS

**Abono de cuotas a la Seguridad Social** (prestación por desempleo)- Orden del 3 de agosto de 2011 por la que se establece el procedimiento de abono de cuotas a la Seguridad Social a trabajadores y trabajadoras que percibiesen la prestación por desempleo en su modalidad de pago único y se procede a la convocatoria de las correspondientes ayudas. Plazo de solicitud: hasta el 20 de octubre de 2011. DOG nº179 del 19/09/11.

**Sociedad de la información en el comercio detallista:** ordenadores- Subvención que tiene por objeto promover la sociedad de la información en el sector del comercio detallista gallego, mediante la adquisición de ordenadores, software de gestión y otros equipamientos por parte de los comerciantes detallistas gallegos para el año 2011. Plazo de solicitud: Hasta el 10-11-11. DOG nº164 del 29/08/11 (ver anexo II).

**Fomento de la propiedad industrial-** Orden de 12 de julio de 2011 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, cofinanciadas por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (Feder), en el marco del Programa operativo Feder Galicia 2007-2013, y se procede a su convocatoria para el año 2011 (código de procedimiento IN525A). Plazo de solicitud: hasta el 15/11/11. DOG nº142 del 26/07/11.

**Información de ofertas:** [empleo@camaravigo.com](mailto:empleo@camaravigo.com) **Tel.: 986 44 63 43** [www.camaravigo.es](http://www.camaravigo.es) ■

Augenblick

Mauricio Mesa



## Social media para evangelizar

### ■ Cómo nace la empresa?

La empresa nace de la necesidad de llevar la producción audiovisual y el diseño gráfico a los nuevos canales de comunicación en internet como son el social media marketing y el social media video. Gracias a la cantidad de usuarios que cada vez utilizan más las redes sociales en nuestro entorno se abrió la posibilidad de ofrecer una alternativa a la publicidad tradicional por medio de las redes sociales en donde empresas, negocios y comercios de

cualquier tipo y dimensión pueden promocionar sus productos, servicios y marcas llegando a su mercado objetivo de una forma planificada y creativa, además de generar posicionamiento en los motores de búsqueda gracias al contenido de calidad o valor agregado que se convierte en contenido viral, de manera que se compartirá y llegará a más usuarios. Las estrategias de marketing online y marketing offline son fundamentales para lograr estos objetivos y van de la

mano con la geolocalización y la interactividad por medio de los dispositivos móviles.

### ¿Quiénes son sus principales clientes?

Los principales clientes de Augenblick producciones son empresas, comercios, y negocios que desean potenciar su imagen corporativa digital, darse a conocer, publicitarse, posicionarse y promocionar sus productos, marcas y servicios en social media, dentro de ellos están, la federación de empresarios e industrias del morrazo FECIMO, el estudio de arquitectura ATELIER 07, empresarios del sector de la moda como erita y punto, KTS morrazo, Stylmark, Imagesc imagen y escaparatismo, otros campos como Librería Abrente, centro de estética Neli Paredes, Galidomo servicios demóticos, centro médico estético Único Gran Vía Vigo, entre otros...

### Siendo una empresa puntera en nuevas tecnologías, ¿cuál es su ámbito geográfico de actuación?

Principalmente nos enfocamos en desarrollar estrategias y soluciones personalizadas en el ámbito local, ofreciéndole a nuestros clientes el poder dirigirse a un mercado de usuarios reales, los cuales interactúan, opinan, comparten el contenido, se comunican y sobre todo, se transformen en clientes potenciales, fieles y evangelizadores de sus servicios, marcas o productos. Al tener presencia en la red podemos llegar a cualquier parte y a cualquier tipo de cliente, pero lo importante es conocer su nicho de mercado para establecer la estrategia adecuada que genere rentabilidad. Llevando a los usuarios del marketing online al marketing offline, y que a la vez se vea reflejado el retorno de la inversión.

### ¿Puede resumir todos los servicios que actualmente están dando a las empresas?

Los servicios que prestamos van desde la asesoría y formación profesional en social media marketing para los negocios y la producción audiovisual, hasta las estrategias de marketing offline a través de la interacción de los usuarios por medios de dispositivos móviles y sus aplicaciones. Realizamos un estudio sobre la presencia del cliente en internet, para luego establecer la estructura y plataformas adecuadas a sus necesidades, se desarrolla una imagen corporativa digital estética, homogénea para todas las redes sociales junto con el blog y la web, se asesora y se forma en el correcto uso de social media, su lenguaje, sus herramientas y posibilidades, se establecen metas y objetivos, se define el contenido de calidad enfocado al mercado objetivo y al posicionamiento; el social media video juega un papel importante dentro de este contenido, y por último desarrollamos acciones en las que el usuario o seguidor se implica con dichas estrategias para cerrar el proceso, que no es otra cosa más que la venta y el retorno de la inversión.

### ¿Cuál es su servicio es el más solicitado y por qué?

Hay dos servicios que por ahora están siendo los más solicitados, son la asesoría y formación profesional en social media marketing y el social media video. Pero para que todos los servicios sean posibles de desarrollar es necesario que el cliente este formado y entienda las posibilidades que tiene al utilizar las nuevas tecnologías como alternativa de promoción y comunicación de sus productos. La formación es la parte esencial de nuestros servicios ya que un cliente estructurado es un cliente abierto a todas las posibilidades y tendencias, además de entender y adaptarse a los cambios que constantemente surgen. El social media video es fundamental a la hora de tener una

referencia visual en los buscadores, en social media y en general en todo internet, además de ser el contenido más visto. Si el video tiene un valor agregado se viraliza y se contagia por toda la red, llegando a infinidad de usuarios con tu propio mensaje.

### ¿Qué hace de Augenblick su empresa innovadora?

Lo que nos hace innovadores es la capacidad de evolucionar junto con las tendencias tecnológicas para ofrecer un servicio adaptado a las necesidades del cliente y su mercado objetivo en donde resalta siempre el la estética visual y el diseño.

### En un momento tan delicado para la economía, ¿le resultó muy difícil poner en marcha su idea o siempre hay espacio para encontrar su nicho de negocio?

Lo importante a la hora de emprender no es el momento en el que estamos, ni es culpar de la crisis, es tener una idea clara, viable, realizar un plan de negocios, un estudio de mercado, asesorarse, tener el apoyo familiar y sobre todo tener muchas ganas de sacar tu idea de negocio adelante. La mejor forma de salir de la crisis es emprender, no es quejarse ni esperar que las oportunidades lleguen a tu puerta, hay que salir a buscarlas. La puesta en marcha de tu empresa, al inicio cuesta, lleva tiempo, sacrificio, pero con trabajo, dedicación y networking es posible desarrollarla.

### ¿Cuál crees que es la clave para lanzarse al mundo empresarial?

La clave es estar capacitado para afrontar cualquier idea de negocio y desarrollarla, así esta fracase se debe aprender de los errores y volver a por otra oportunidad de negocio, "caerse y levantarse de nuevo". Para luego encontrar estabilidad y rentabilidad.

### Llevar poco tiempo en el Vivero de la Cámara pero, ¿cómo valora la experiencia? ¿Qué recomendación le daría a los emprendedores que desean poner un negocio en marcha?

A pesar del poco tiempo que llevamos en el Vivero, valoro mucho la asesoría que nos ha prestado la Cámara de Comercio de Vigo en cuanto al desarrollo del plan de negocio, la puesta en marcha de la empresa y el posterior ingreso a las instalaciones. Desde el inicio nos han acompañado en todo el proceso y eso es algo que no se ve habitualmente... además hemos conocido a otras empresas dedicadas a múltiples servicios que se complementan y se prestan apoyo. Seguramente aquí encontrarás la asesoría que estas buscando, hay espacio para todos... Realmente es una experiencia que necesita cualquier emprendedor que desee poner en marcha su idea de negocio. Las recomendaciones son: asesorarse, estar convencidos de que la idea es viable, buscar ayuda, y echar a andar su capacidad emprendedora. ■



DATOS

AUGENBLICK.

Despacho 9. Tlf.: 986 120 024.



## 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)

AUGENBLICK. Despacho 9. Tlf.: 986 120 024. CARMEN PAZOS GARCÍA-ECONOMISTA. Despacho 16. Tlf.: 886 113 124. CORPORATIONMAP. Despacho 10. Tlf.: 986 120 134. CONVIERTE WEB. Despacho 12. Tlf.: 986 120 344. DOMIOLO. Despacho 11. Tlf.: 886 131 031. ELMUNDOYOURWAY. Despacho 1. Tlf.: 986 120 136. INGADE. Despacho 7. Tlf.: 986 120 117. INPRO-SEC. Despacho 2. Tlf.: 886 113 106. MANUEL LÓPEZ BENITO. Despacho 14. Tlf.: 986 120 342. NANOIMMUNOTECH. Despacho 8. Tlf.: 986 120 143. NAUKA INGENIEROS. Despacho 15. Tlf.: 986 120 132. NEOINTEGRA. Despacho 20. Tlf.: 986 120 121. ORGANIZA, SERVICIOS EMPRESARIALES. Despacho 13. Tlf.: 659 698 562. REDUCOST. Despacho 17. Tlf.: 986 120 340. SERENDIPIO. Despacho 3. Tlf.: 986 120 204. UNNUEVO AMANECER. Despacho 19. Tlf.: 986 120 145. VIFORDAT. Despacho 4. Tlf.: 886 113 129.