Año 9. Nº 95. Marzo 2012

Cámara Vigo

área

Publicación de la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Vigo

José García Costas

Habla de Vigo, la Cámara y de Barreras

Visionarios

Kauman: Calidad y diferenciación como premisa

Estudio

85% de los comerciantes vigueses mantuvo sus plantillas

Turismo

Sumérgete en la experiencia del **marisqueo**

¿Quieres publicitarte en...

Cámara Vigo

área

área SE RENUEVA

*Nuestro Objetivo

Elaborar contenido experto y acercarnos a pymes, nuevos emprendedores y los empresarios de la ciudad.

Para contratar publicidad contactar con:

eaj48 evolución multimedia

Arenal, 8 - 36202 Vigo
Teléfono: 986 43 87 00
area@eaj48.com

Editorial

Un nuevo comienzo

Este editorial corresponde a un número muy especial. Nuestra revista, que en su anterior etapa había cumplido ya 8 años, cambia de formato y periodicidad. Pasa a ser bimestral, y estrena un nuevo concepto, adaptado a los nuevos soportes, que combina la difusión física de ejemplares impresos, con un sitio web especialmente diseñado para albergar tanto la edición vigente como los números anteriores, y permitir el acceso a la información desde cualquier tipo de navegador web, de modo que sea fácilmente visible en los dispositivos móviles.

A través de esta revista hemos venido intentando informar y conectar con las empresas e instituciones empresariales de la demarcación de la Cámara, y sus editoriales han intentado transmitir la opinión de la Cámara acerca de los aspectos que hemos considerado de mayor relevancia y trascendencia para futuro. Este es el primer número de una nueva etapa que comenzamos con la esperanza de conseguir mejorar lo anterior. Este número es, para nuestra revista, un nuevo comienzo.

Nuestra realidad empresarial necesita, también, un nuevo comienzo. En estos momentos queremos, una vez más, señalar la necesidad de redefinir numerosos aspectos de la realidad empresarial y económica. La crisis actual ha afectado a todos los sectores, algunos de una forma que podríamos calificar de dramática. Es necesario que combinemos reflexión y acción, aprendiendo de los errores del pasado para evitarlos, y mejorando todo lo que sea mejorable. Y debemos hacer esto alejándonos de la tentación de confrontar intereses laborales y empresariales. Todos vivimos en el mismo mundo, y los problemas que podamos tener nos afectarán a todos. Los intereses de empresas y trabajadores están ineludiblemente conectados, de modo que se hace indispensable trabajar conjuntamente. En nuestro modelo de sociedad, a las empresas les cabe desempeñar el papel protagonista, y asumir la principal responsabilidad, en la generación de riqueza. Por eso debemos asegurarnos de que, tanto las condiciones básicas de su entorno como su gestión hacen posible que desarrollen satisfactoriamente esta función. En caso contrario, el mismo sistema se pone en riesgo, acuciado por la escasez de recursos y el posible colapso del llamado estado del bienestar. Las capacidades de una sociedad para proteger a los ciudadanos están limitadas, entre otros factores, por la capacidad de generación de riqueza de dicha sociedad. Esta es la principal razón por la que debemos afianzar la capacidad de generación de riqueza de las empresas, que antes mencionábamos. Sin empresas fuertes no hay empleo, ni se pagan impuestos. Sin impuestos no hay coberturas, ni protección y saldrán perdiendo aquellos que estén en una posición más débil.

Debemos plantearnos la actual situación, también como un nuevo comienzo. Una oportunidad para aprender y mejorar.

Cámara Vigo

Boletín bimestral de la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Vigo. Rúa República Arxentina 18 A, Vigo. **Tel.:** +34 986432533. **Fax:** +34 986435659. **email:** camaravigo@camaravigo.com. **Presidente:** José García Costas. **Dirección del boletín:** Departamento de Comunicaciones. **Diseño:** Eaj 48 Evolución Multimedia S.L.U. **Impresión:** Gráficas de Vigo **Depósito Legal:** VG 728-03. **ISSN:** 1699-3713.

MARZO / ABRIL

Con una oferta de más de 25 cursos durante marzo y abril, os indicamos los que más le llaman la atención a María R. de 34 años y empleada como recepcionista. En la página web de la Cámara www.camaravigo.com están todas las actividades formativas con los datos actualizados.

Cursos Generales

Coaching: Herramientas para el cambio personal, profesional y organizacional

Duración: 30 horas
Fechas: del 12/03/2012 al 23/03/2012

Community Manager

Duración: 14 horas
Fechas: del 12/03/2012 al 15/03/2012

Gestión económico financiera de la pyme

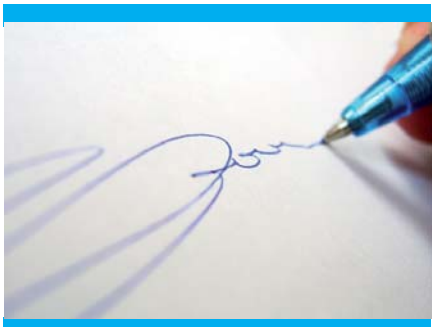
Fechas: del 19/03/2012 al 23/03/2012

Contabilidad general

Fechas: del 09/04/2012 al 27/04/2012

Retención y fidelización de clientes

Fechas: del 17/04/2012 al 19/04/2012



Jornadas y Seminarios

Técnicas de negociación. La comunicación no verbal

Fecha: 14/03/2012

La web de la empresa en las redes sociales. Web 2.0

Fecha: 29/03/2012

Cursos de Informática

Diseño de páginas web

Fechas: del 19/03/2012 al 18/04/2012

Excel 2010: Tablas dinámicas

Fechas: del 09/04/2012 al 13/04/2012

Comercio Exterior

Curso superior: Estrategia y gestión del comercio exterior

Fechas: 09/04/2012 al 24/05/2012

Idiomas

Inglés empresarial

Fechas: del 05/03/2012 al 26/03/2012

Conversación en Inglés: Conversation Time

Fechas: del 07/03/2012 al 28/03/2012

Portugués comercial

Fechas: del 09/04/2012 al 20/04/2012

“Desde hace años estoy implicado en el destino de la ciudad”

José García Costas afirma que el trabajo de Ana Pastor en Fomento traerá mejoras a Vigo ya que “aprecia mucho la ciudad y hará todo lo posible para llevar adelante lo que la zona sur de Galicia necesita”

La renovación de las Cámaras, los problemas en las infraestructuras viguesas y la reforma laboral. José García Costas afronta un año de cambios en el que además la institución cameral se enfrenta a un nuevo reto, conseguir por primera vez en su historia adscripciones de empresas. El presidente de la Cámara de Vigo asegura que es un paso fundamental para contar con mayor representación y defender los intereses de los empresarios y de la ciudad.

Este año entró en vigor un decreto que cambia las reglas de juego a las Cámaras de Comercio. ¿Cómo afronta este periodo?

Las Cámaras dejan de ser unos entes que recibían de forma obligatoria cuotas para convertirse en empresas de servicios. Hemos decidido afiliación con coste 0 para todos los empresarios de la zona. Les ofrecemos asociarse para tener algunos servicios con hasta un 50% de reducción. Las Cámaras son capaces de resolver una serie de problemas en cuanto a formación e internacionalización de las empresas que otras administraciones no pueden. Es motivo más que suficiente para no replantearse su desaparición porque sería un gran handicap para las empresas.

Son épocas de cambio también para la ciudad ¿Qué deberíamos hacer para que Vigo se mantenga como motor económico?

Vigo es una ciudad especial. No ha tenido puntos de encuentro, es una ciudad desestructurada. Los trabajadores se han dedicado a trabajar en sus empleos, los empresarios a trabajar en nuestros negocios y hemos descuidado defender los intereses en común. En este momento se va tomando consciencia de que solo juntos y unidos se va a remontar el momento en el que estamos. Yo no solo espero, si no que confío, en que ese vaya a ser el sentimiento que opere de aquí en adelante.

> Vigo es una ciudad especial. No ha tenido puntos de encuentro, es una ciudad desestructurada

> En este país se ha producido un reajuste del sistema financiero en mi opinión muy tarde.

¿Se atreve a pronosticar un escenario de futuro para la ciudad?
Hay dos puntos importantes para eso: el tema del dinero, para que en Vigo se puedan hacer cosas; el otro es el de la política, que desde el Gobierno central se ayude a Vigo. Yo tengo muy buenas impresiones de la Ministra de Fomento. Creo que es una mujer que aprecia esta ciudad. Estoy seguro de que dentro de las limitaciones de presupuesto llevará adelante todo lo que esta zona sur de Galicia necesita.

Usted lleva vinculado a Vigo toda su carrera profesional ¿Se siente implicado en el destino de la ciudad?
Eso no ofrece ninguna duda. Yo hace muchos años que estoy implicado en el desarrollo de esta ciudad y en la mejora de la forma de vida de los vigueses. Tengo la suerte de haber nacido en Vigo. Además, como todo el mundo sabe, tengo una familia que es residente aquí. Más que implicado estoy implicadísimo en esta ciudad.

Además de la presidencia de la Cámara, tiene usted actividades empresariales, entre ellas en Barreras, que atraviesa momentos complicados…
La situación del sector naval es actualmente compleja por el tax lease y el fondo patrimonial de garantías. Barreras tiene además un problema interno que esperamos resolver. Tendremos que hacer un esfuerzo todos para ponerlo en el punto de partida adecuado para que cuando se den las condiciones podamos contratar. Yo estoy seguro de que con el esfuerzo de todos Barreras va volver a ser el astillero pujante, el astillero privado más grande de España, y el que más unidades entregó en los últimos años y me quedo con eso. No contemplo ninguna otra solución para Barreras.

Hablábamos antes del cambio de reglas de juego para las Cámaras, el mercado laboral también sufre un proceso de reforma. ¿Cómo valora los cambios anunciados por el gobierno de Rajoy?
España necesitaba afrontar con decisión y con cierto riesgo una reforma laboral. Todo lo que se ha hecho hasta ahora han sido intentos no eficaces. Valoro la reforma positivamente y hay que esperar a que lo que se ha dictado tenga los complementos jurídicos necesarios para que sea eficaz. Yo ardo en deseos de que todo lo que se ha esbozado tenga la correspondiente publicación y su desarrollo. Una ley puede ser más o menos eficaz según él.

¿La salida a la crisis por dónde pasa?
Hay un problema que tenemos que vencer que es el de las instituciones financieras. En este país se ha producido un reajuste del sistema financiero en mi opinión muy tarde. Los países que han acometido la reforma con anterioridad van a salir antes de la crisis. De la crisis no se sale solo desde el gobierno con normas, para salir de la crisis son necesarios muchos otros esfuerzos, pero los gobernantes tienen que generar confianza y arbitrar las medidas para que los empresarios podamos, en un marco legal, desarrollar nuestra actividad y reinvertir para que podamos salir de la crisis.

Nuevos servicios que facilitan la internacionalización

Además de seguir proporcionando la obtención de listados de importación o la participación en ferias y misiones comerciales, el departamento de Comercio Exterior de la Cámara se enfoca en nuevos servicios. El recobro internacional, retorno del IVA y la tramitación de documentos en Madrid, han sido muy demandados por las empresas ya que les ayudan a garantizar el proceso de exportación.

El recobro internacional de impagos es uno de los grandes problemas de las pymes que exportan por lo costoso y engorroso que es el proceso en muchos países. El departamento de Comercio Exterior ideo un nuevo servicio que se encarga de localizar e iniciar una investigación mercantil y patrimonial de personas físicas y jurídicas, apoyándose en una red de agentes locales y con amplia experiencia. Evita así a la empresa afectada tener que hacer provisiones de fondos, ni entrar en acciones judiciales transfronterizas de difícil comprensión y alto coste.

Además, este servicio se complementa con que la Cámara ofrece ahora la posibilidad de solicitar, en nombre de las empresas, el retorno del IVA en los países de la Unión Europea y todos aquellos que tengan convenio de reciprocidad con España. Dentro de esta actividad los técnicos del departamento facilitan asesoría sobre los conceptos recuperables, siguen los expedientes en las administraciones de hacienda de forma detallada y emiten recursos si es necesario.

Legalizaciones sin desplazarse

Por otra parte, un nuevo servicio facilitará a las empresas la tramitación de documentación y legalizaciones en Madrid ante Embajadas, Consulados, y otros organismos de una manera ágil y eficaz. Realizar los trámites necesarios para poder enviar documentos fuera del país implica un elevado coste en recursos y tiempo y lo idóneo para las empresas es tener un único interlocutor cercano a ellas: la Cámara de Vigo.

Ficha país: FRANCIA

Francia es el principal país al que se dirigen las exportaciones provenientes de Galicia.

Solo en 2011 se contabilizó una salida de productos al país galo valorada en 4.117.477,4 miles de euros. Además de la proximidad geográfica, es un mercado interesante, con 65 millones de consumidores que tienen un alto poder adquisitivo. Cuenta con una de las rentas per capita más elevadas del mundo con 27.300 euros de media.

Al tratarse de un mercado maduro es organizado y muy competitivo. Los consumidores son exigentes con la calidad pero tienen buena imagen de nuestros productos. En general no existen obstáculos administrativos para el acceso al mercado pero son reacios a aceptar condiciones de pago seguras para el vendedor como el crédito documentario y suelen solicitar suele solicitar "crédito proveedor" con el pago aplazado a 60 o 90 días.

Si queremos tener una ventaja estratégica considerable frente a otros competidores, debemos emplear el francés en las comunicaciones, folletos o catálogos, ya que tienen mucha sensibilidad con el idioma. También es aconsejable que el cliente conozca nuestra instalaciones y pueda consultar los productos en internet.

Ránking de productos exportados a Francia desde Galicia en 2011	Peso (Miles de Kg)	Valor (Miles de euros)	Número de Operaciones
Vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios	339.139,1	3.134.357,9	16.160
Prendas y complementos (accesorios) de vestir, excepto los de punto	6.281,9	201.471,7	6.321
Preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos	28.537,1	109.934,8	26.891

El 85% de los comerciantes vigueses mantuvo sus plantillas pese a la crisis

Los beneficios descendieron notablemente, sobre todo en los sectores del Vestido y Calzado y en Alimentación

Venden menos, pero sin reducir puestos de trabajo. Esta es una de las principales lecturas que podemos sacar de los comerciantes minoristas vigueses, según un estudio elaborado por la Cámara de Vigo. 8 de cada 10 no efectuaron despidos en el primer semestre de 2011 ni tenían previsto acometerlos de cara a cerrar el año. A pesar de ese dato positivo, la crisis aprieta. El 85% de los entrevistados reconoció que sus ventas se habían reducido respecto al mismo periodo del año pasado y solo 2% había realizado nuevas contrataciones.

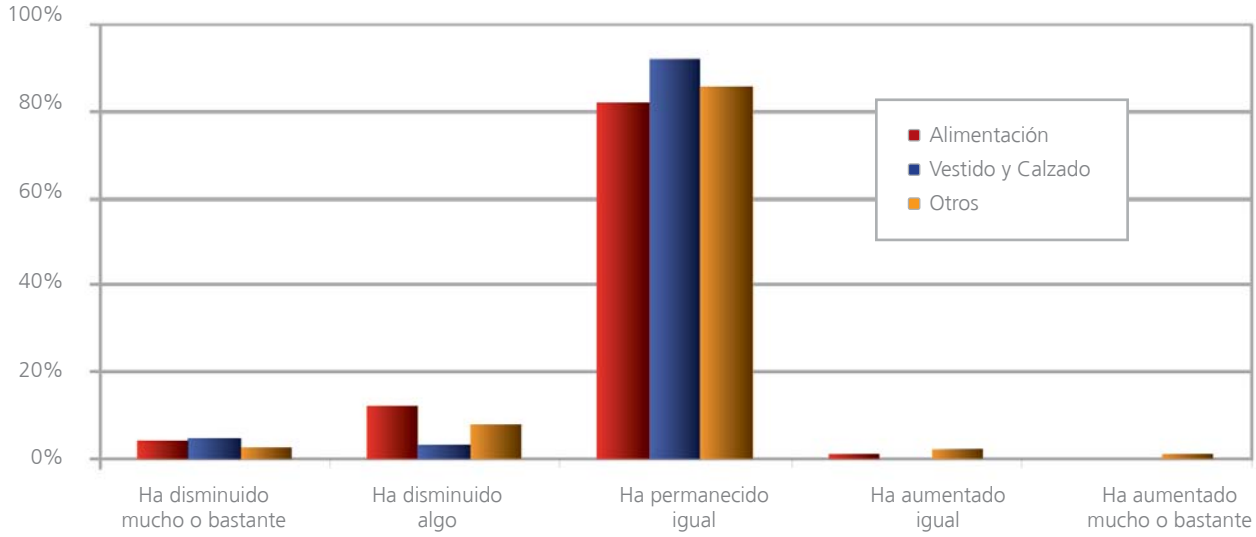
La ropa y comercios céntricos, principales afectados

El VI Informe de Coyuntura del Comercio Minorista muestra también que uno de los sectores más golpeados por la situación económica es el del Vestido y Calzado. 6 de cada 10 comerciantes afirma que sus ventas disminuyeron mucho o bastante durante el primer semestre de 2011. El sector de la Alimentación es otro de los grandes perjudicados por este descenso. Cerca de la mitad de los encuestados dice que la bajada en las ventas les afectó notablemente y otro 35% señala que éstas disminuyeron algo.

Evolución del número de empleados durante el primer semestre de 2011 respecto al mismo periodo del año 2010, por zonas

	Centro Ciudad	Núcleo Comercial Secundario	Periferia Ciudad	Centro Subárea Comercial	Rural
Ha disminuido mucho o bastante	4,23%	2,65%	3,33%	5,56%	2,94%
Ha disminuido algo	7,04%	5,31%	6,67%	16,67%	11,76%
Ha permanecido igual	85,92%	90,27%	87,78%	75,93%	82,35%
Ha aumentado algo	0,00%	1,77%	2,22%	1,85%	2,94%
Ha aumentado mucho o bastante	2,82%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%

Evolución del número de empleados durante el primer semestre de 2011 respecto al mismo periodo del año 2010 por subsectores de actividad



La zona comercial en la que están situados los establecimientos es también una variable decisiva para medir el grado en el que les afecta el descenso de ventas. La bajada fue más acusada para las tiendas ubicadas en el centro de Vigo, donde el 63,4% de los comerciantes afirman que sus ventas se han reducido mucho. Por el contrario, los que mejor aguantan el tirón son los minoristas donde solo 4 de cada 100 comerciantes aseguraban que sus ventas se habían reducido en más de un 30% con respecto al mismo periodo del año anterior. Si hablamos de un descenso de entre el 10% y el 20%, los comerciantes afectados suben a 26 de cada 100.

Las perspectivas que los comerciantes tenían respecto al segundo semestre del año no arrojaban mejoras. Cerca del 50% de ellos esperaba un descenso en las ventas, mientras que solo 3 de cada 10 tenía previsto mantenerlas.

Disminuye también el margen comercial del primer semestre del 2011 respecto al del mismo período del año anterior, como reconocen 5 de cada 10 encuestados. Solo ha aumentado para el 1,93%.

Por sectores, los establecimientos dedicados a Alimentación se encuentran, de nuevo, entre los más perjudicados. Casi 2 de cada 10 respuestas estiman que el margen comercial ha disminuido "mucho o bastante". Si, por la contra, tenemos en cuenta las zonas de los establecimientos, son los negocios situados en el centro de municipios incluidos en el estudio, como Nigrán y Baiona, los que consideran que el margen comercial ha disminuido notablemente.

Los emprendedores en cabeza: las altas del IAE en el registro de la Cámara superan a las bajas

Los emprendedores ofrecen resultados más positivos. Las altas de empresas en los registros de la Cámara de Comercio, efectuadas a través del Impuesto de Actividades Económicas., muestran cifras superiores a las bajas contabilizadas por la institución. 800 altas efectuadas con datos hasta el 1 de septiembre de 2011.

Sumérgete en la experiencia del marisqueo

17 mariscadoras y dos rederas unieron sus fuerzas hace casi ocho años en Cambados con una idea innovadora: convertir sus jornadas de trabajo en atractivo turístico. Con ellas nace la asociación Guimatur. Solo el año pasado recibieron más de 3.000 visitas.

> Las rutas muestran el proceso que sigue el marisco, desde la extracción hasta la comercialización.

"La gente está acostumbrada a ver el marisco en el plato pero no saben cómo es el proceso. Cuando llegan aquí se quedan muy sorprendidos, preguntan sobre la extracción y los más atrevidos pueden trabajar un rato con nosotros recogiéndolo", cuenta la presidenta de Guimatur, María José Cacabelos. La asociación lleva funcionando desde 2004 y cada año más gente se apunta a sus visitas guiadas. "Durante el recorrido mantenemos unas charlas muy enriquecedoras para ambos grupos".

Las rutas, que duran una hora y media aproximadamente, muestran el proceso que sigue el marisco, desde la extracción hasta la comercialización. Los participantes tienen la oportunidad de probar cómo se trabaja y buscar piezas con sus propias manos, aunque, recalca la presidenta de Guimatur, no podrán llevárselas del mar. Este oficio está estrictamente regulado por organismos oficiales y solo realizando un curso estipulado se puede trabajar en el marisqueo.

La visita continúa en el punto de control, donde se mide la talla de las piezas y se clasifican antes de llevarse a la subasta de la lonja. Además, la actividad se complementa con un recorrido por el puerto, conociendo los diferentes tipos de embarcaciones o el trabajo de las rederas o viendo el proceso que sufre el marisco en una depuradora. Hay dos tipos de recorridos estipulados, pero pueden variar a petición de los asistentes.

"Con los escolares, por ejemplo, la atención es distinta", explica María José Cacabelos. "Resumimos en un par de horas lo esencial de las dos visitas, para que se lleven una visión general. Creemos que es muy importante que las generaciones futuras conozcan la naturaleza y le tengan respeto". Además para estos grupos existen descuentos especiales.

Los beneficios los destinan a financiar la asociación y dar seguridad a sus puestos de trabajo. "Queremos tener un remanente para poder mantener el oficio si algún año tenemos problemas con el marisqueo", señala Cacabelos. Y apunta que realizar estas actividades tiene un valor añadido. "Para nosotras es una forma de dignificar nuestra profesión y que la gente valore el trabajo que cuesta que el marisco esté en los puntos comerciales".

¿Quieres tomar impulso?

ORGANIZA Servicios Empresariales
Silvia de Pablos

"Vender como cuando no había crisis y se vendía todo, ese es sin duda el principal problema de las empresas"

Uno de los principales valores de ORGANIZA es la proximidad con el cliente. Evalúan las formas de trabajo en la empresa y proponen una técnica de fidelización de clientes, el plan de lanzamiento de un nuevo producto o si conviene asistir a ferias o eventos especializados. Luego desarrollan un presupuesto y es el cliente quien decide si lo acepta o no. El objetivo es mejorar la competitividad de las compañías e incrementar su nivel de ventas. "Llegamos a una empresa y observamos; la relación con el cliente, la forma de ofrecer los productos, todo es necesario para diagnosticar qué está fallando y ofrecer soluciones".

Una empresa afianzada en tan sólo 10 meses

"Lo mejor de ser tu propio jefe es poder fijar tú mismo tus propias metas y objetivos. Además es muy satisfactorio ayudar a otros empresarios a que sus negocios mejoren y se hagan más competitivos", señala Silvia de Pablos. Licenciada en Economía, especialida en Márketing y Product Management, decidió lanzarse con una start-up para sacarle provecho a los más de 10 años de experiencia profesional . Organiza arrancó hace apenas 10 meses pero ya tiene una cartera de clientes. "Algunos ya han repetido y otros han venido por recomendaciones, dejarles satisfechos es el mejor premio que podemos obtener"

"Las compañías se acomodaron, pensaban que el márketing y la comunicación eran un gasto y no una inversión, ahora es cuando se dan cuenta"

DATOS

Despacho 13
Teléfono 986 120 107/659 698 562
info@organizaservicios.es
www.organizaservicios.es

* ORGANIZA forma parte del Vivero de Empresas de la Cámara de Comercio de Vigo

Ayudas para mejorar el rendimiento energético de la flota pesquera gallega

Plazo de finalización: 15/03/2012

Más información en el DOG Núm. 105 del 4/06/2010

Ayudas a agrupaciones de productores agroalimentarios para realizar actividades de promoción e información

Plazo de finalización: 25/03/2012

Más información en el DOG Núm. 39 del 24/02/2012.

Ayudas para mejorar la competitividad y reorientar las pymes gallegas

Más información en el DOG Núm. 39 del 24/02/2012.

Subvenciones para la consolidación de las unidades de investigación de los centros tecnológicos de Galicia

Plazo de finalización: 25/03/2012

Más información en el DOG Núm. 39 del 24/02/2012

Programa para la promoción del empleo autónomo para emprendedores que generen autoempleo o empresas que se consoliden ampliando puestos de trabajo

Plazo de finalización: 30/09/2012 (Consultar específicos)

Más información en el DOG Núm.14 del 20/01/2012

Cámara Vigo

área

ÁREA SE RENUEVA desde este número para estar más cerca de los lectores y ofrecer contenidos más especializados y de mejor calidad. Aumentamos la cantidad de páginas y reestructuramos la información y el diseño de la revista, que pasará a ser bimestral. Además **estrenamos un formato digital**, disponible para tabletas y smartphones, para llegar a un mayor número de lectores.

Los ejemplares de la revista llegarán a los principales negocios de la ciudad y además estarán distribuidos en hoteles, restaurantes y puntos neurálgicos de información empresarial, multiplicando su repercusión. Por ello añadimos desde este número páginas de publicidad que permitan a las empresas de la comarca aprovechar la cobertura de Área para mostrar sus productos o servicios.

Nuestro Objetivo

Elaborar contenido experto y acercarnos a pymes, nuevos emprendedores y los empresarios de la ciudad.

Calidad y diferenciación como premisa

KAUMAN BASA SU NEGOCIO DE BANDAS DE CAUCHO EN UNA APUESTA CLARA POR LA VENTA AL EXTERIOR Y LA REALIZACIÓN DE PRODUCTOS BAJO DEMANDA

Calidad, servicio e innovación, parece una triada que se repite una y otra vez como la clave del éxito empresarial. Kauman ha logrado imprimir en su ADN esta premisa, con el adherido de ser una de las únicas empresas en su rubro que realiza productos específicos bajo demanda; "soluciones a medida", lo llaman.

Este elemento diferenciador asegura Miguel Pérez, director comercial de Kauman, es lo que les ha hecho crecer en ventas en 2011 y lo que le permite augurar un 2012 "muy positivo". Lo hacen en medio de una contracción económica importante, pero con una estrategia evidentemente clara a la internacionalización.

Exportaron 76% de sus productos en 2011 a 38 países del mundo; en 2009 solo 40% de la producción salía de España. Esta visión internacional y la elaboración de productos especializados han dado un giro al negocio. Es por eso que todos los años asisten a ferias internacionales y misiones comerciales, algunas de ellas con la Cámara de Comercio de Vigo.

Desde Ponteareas, Kauman exporta principalmente a México, Irán, Austria, Italia, Alemania, Tailandia y Brasil. Solo en el país azteca vendieron más que en el mercado interno en el que Andalucía es la Comunidad Autónoma a la que más llegan sus productos.

Galicia está dentro de las últimas en volumen de compra. Pérez comenta que debido a la contracción económica las empresas españolas están adquiriendo productos de baja calidad (y coste) aunque con alta reposición, muchos de ellos desde el exterior.

I+D= Exito

Fiabilidad es el argumento con el que se comparan con la competencia, sobre todo asiática, que no cumple con las calidades prometidas a los clientes en muchas de las pruebas que ellos mismas realizan. "Nosotros analizamos los productos de nuestros competidores, tanto europeos como asiáticos y comprobamos que las calidades que venden son inferiores a lo que el cliente les pide", asegura Pérez.

Además el equipo de I+D busca constantemente el desarrollo de nuevos y mejores productos. Hay que confesar, el laboratorio, que trabaja con toda la rigurosidad, parece un campo de juegos. Bandas pesadas de distintos tipos de caucho, ensayadas y probadas hasta el límite, distintos materiales y muestras de productos para determinar la resistencia a ácidos y otros elementos, y docenas de tipos de cauchos, de distintos colores, resistencias y propiedades. "Nadie hace lo que nosotros", indica Pérez.

Es que Kauman así ha asegurado su posicionamiento en el mercado de las bandas transportadoras. Para quien no está en el negocio industrial quizás sólo las hayan observado en los aeropuertos mientras esperan su equipaje, pero su uso es prácticamente unánime en la industria.

Las hay textiles, las más comunes, constituidas por varias capas de tejidos engomados para una buena adherencia, separados por una capa de goma del grueso y calidad que necesite cada caso: para el transporte de paquetería, minerales, piedra, madera u otros. Las hay lisas o rugosas, impresas, deslizantes, con resistencia al calor. También las venden nervadas para ángulos de hasta 45 grados.

Tienen paneles de protección, pavimentos y suelos, así como correas planas de transmisión de potencia. También la fabricación de las bandas blancas para uso alimentario es una de sus especialidades. Por ejemplo, tienen la Kauman Fish Belt, desarrollada específicamente para el transporte de pescado en buques factoría.

Es así como una compañía basada en el caucho ha logrado destacar en el mercado internacional. "Nadie hace lo que nosotros", indica Pérez.

Italia y Centroamérica: Próximo objetivo de los exportadores gallegos

La Cámara de Vigo abrió el plazo de inscripción a empresas para dos misiones comerciales plurisectoriales que recorrerán Milán, San José de Costa Rica y Ciudad de Panamá. La institución refuerza su apuesta por las acciones de promoción en mercados foráneos como salida de la crisis para las empresas gallegas.

Un blog para compartir conocimientos

Mostrar contenido experto, acercarse a pymes y nuevos emprendedores y comunicar sobre aquellas acciones que pueden ayudar a otras personas a ser mejores profesionales, son los objetivos del blog de la Cámara. Es actualizado diariamente. La dirección: blog.camaravigo.com

Nuevo servicio de consultoría jurídica

Para las empresas adheridas a la Cámara, el departamento Jurídico lanzó un nuevo servicio de consultas por tan sólo 50 euros anuales. El servicio consta de asesoramiento en todas aquellas cuestiones jurídicas –derecho civil, administrativo, mercantil, laboral, tributario– que la empresa demande.

Las Cámaras europeas reivindican su papel

Las instituciones camerales han firmado una declaración conjunta en la que defienden su carácter como corporaciones de derecho público, que cumplen funciones públicas, y representan a todas las empresas, proporcionándoles servicios, independientemente de cuál sea su tamaño y sus recursos financieros.

La Antena Cameral de Ponteareas sigue creciendo

La Antena Cameral de Ponteareas indica que durante 2011 atendió más de 500 consultas y servicios y cerca de 300 nuevos usuarios, lo que demuestra, según la concejala de Empleo de esa localidad, Marisol Valado, "el buen trabajo realizado, tanto en materia formativa como informativa".

Cámara Vigo establece una "cuota 0" para las empresas que se adscriban

La Cámara de Comercio de Vigo inició a principios de año el proceso de registro de adhesión de empresas en cumplimiento del Real Decreto Ley 13/2010, con el que la pertenencia a las Cámaras ha dejado de ser obligatoria y su inscripción debe hacerse con "carácter previo y expreso", y por el que se pagará una "cuota 0".

José García Costas, presidente de la institución cameral aseguró que "las Cámaras de Comercio se encuentran inmersas en un proceso de cambios que incluyen la adscripción voluntaria de las empresas, y la redefinición de sus fuentes de ingresos".

Por esta razón la Cámara aprobó en sesión plenaria celebrada el lunes 19 de diciembre el acuerdo estableciendo una "cuota 0" para el ejercicio de 2012 de las empresas que formen parte de la institución. "Es necesario aclarar, sin embargo, que las empresas cuya cifra neta de negocios en 2010 haya superado los 10 millones de euros, estarán sujetas aún, en 2012, al pago de las cuotas procedentes del impuesto de Sociedades de dicho ejercicio", asegura.

Entre los beneficios para las empresas adheridas están, en primer lugar, los costes de los servicios con descuentos que van desde 10% hasta 50% sobre los precios establecidos para las que no lo están. También podrán participar en más de medio centenar de actividades gratuitas y en los proyectos que desarrolle con las diferentes administraciones públicas. De igual forma podrán elegir y ser elegidos en los órganos de Gobierno de la Cámara.

Por otra parte, dentro de esta estrategia general, las Cámaras han de replantear los precios de sus servicios. En este sentido, ya el pasado mes de julio, el Consejo Superior de Cámaras de Comercio de España adoptó una decisión recomendando nuevos precios para las certificaciones de documentos para el comercio exterior. La Cámara de Comercio de Vigo aprobó en sesión plenaria sus nuevas tarifas para el año 2012. Los precios previstos para las empresas adheridas serán aplicados a todas aquellas que figuren en el censo actual, el empresarial de la demarcación de la Cámara de Comercio de Vigo, hasta el próximo 31 de marzo de 2012.

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. vivero@camaravigo.com
Consulte requisitos de ingreso y condiciones en www.camaravigo.com

AUGENBLICK. Despacho 9. Tlf.: 986 120 024. CARMEN PAZOS GARCÍA-ECONOMISTA. Despacho 16. Tlf.: 886 113 124. CONSAL. Despacho 11. Tlf. 986 120 029. GRUPO AFILIADOS. Despacho 10. Tlf.: 902 636 743. CONVIERTE WEB. Despacho 12. Tlf.: 986 120 344. EL MUNDO YOUR WAY. Despacho 1. Tlf.: 986 120 136. INGADE. Despacho 7. Tlf.: 986 120 117. INPROSEC. Despacho 2. Tlf.: 886 113 106. MANUEL LÓPEZ BENITO. Despacho 14. Tlf.: 986 120 342. TÜV IBERIA. Despacho 8. Tlf.: 986 120 143. NAUKA INGENIEROS. Despacho 15. Tlf.: 986120132. NARTRAN. Despacho 5. Tlf. 986 120 127. NEOINTEGRA. Despacho 20. Tlf.: 986 120 121. ORGANIZA, SERVICIOS EMPRESARIALES. Despacho 13. Tlf.:659 698 562. PROGRAMACIÓN ROBOTS INDUSTRIALES. Despacho 6. Tlf.: 986 110 191. HOSTENEO. Despacho 3. Tlf.: 986 120 204. TEIXUAPPS. Despacho 17. Tlf. 986 120 340. UN NUEVO AMANECER. Despacho 19. Tlf.: 986 120 145 . VIFORDAT. Despacho 4. Tlf.: 886 113 129.