

AÑO 6 N° 66 JUNIO DE 2009

ÁREA

Cámara Vigo

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

Estudio sobre
la empresa familiar
Representa el 75%
del empleo privado

Formación

El arte de dirigir
y comunicar

Empresas gallegas en los Balcanes

La Cámara visita
Croacia, Eslovenia
y Bosnia en misión
comercial

ENTREVISTA Javier Guerra

“Aunar en una misma consellería Economía e Industria en un contexto complicado como el actual envía un mensaje claro de apoyo al tejido industrial de Galicia”

El Parlamento Europeo

En los próximos días, entre el 4 y el 7 de junio, se celebrarán elecciones al Parlamento Europeo en los 27 países que constituyen la Unión. 375 millones de personas con derecho al voto han de elegir a 736 representantes, de los que en España elegiremos a 50.

A pesar de las campañas institucionales y del relativo esfuerzo de los grandes partidos por estimular el voto de los ciudadanos, la mayor parte de las encuestas auguran una baja participación, que podría estar por debajo, incluso, de la registrada en las elecciones celebradas en 2004, que en España fue del 45,1 %, muy próxima a la media de la Unión, del 45,6 %. Este valor, que ha venido evolucionando negativamente desde el 63 % alcanzado en 1979 hasta el citado 45,6 % del 2004, habla claramente del desapego con el que la mayor parte de los ciudadanos viven los asuntos de la Unión Europea.

En general, vemos al Parlamento Europeo como un órgano consultivo, en el que se ventilan asuntos que no nos afectan, distante y misterioso, al menos en lo que se refiere a su utilidad inmediata. Las últimas modificaciones de los tratados que constituyen la base normativa de la Unión, han fortalecido considerablemente el papel del Parlamento, que tiene, en la actual configuración, importantes capacidades tanto en lo legislativo, como en el control de las asignaciones y ejecución presupuestarias.

Este Parlamento, que sentimos tan lejano, puede tramitar y aprobar, y de hecho lo hace, directivas y reglamentos -legislación, en definitiva- que, bien directamente, o

bien mediante el mecanismo de su transposición a la legislación de cada país, tienen efectos importantes en el funcionamiento de nuestra economía y nuestras empresas, además de otras muchas implicaciones en otros ámbitos de la vida ciudadana. De hecho, hoy en día, la principal fuente de la nueva legislación que se aprueba en España, son las diferentes instituciones con capacidad legislativa en la Unión Europea. Y es de esperar que el Parlamento, de acuerdo con la configuración actual de la Unión, se convierta en el principal órgano legislativo.

Las instituciones europeas, gestionan cantidades enormes de fondos, cuya aplicación permite gran parte de los programas de ayudas e inversiones públicas de los que podemos disfrutar, establecen las condiciones de la política monetaria, diseñan las líneas maestras de las políticas económica, social, científica y tecnológica, y marcan, en gran medida el terreno de juego y sus reglas en los aspectos empresarial y laboral. Nadie duda de que, desde el punto de vista económico, la desaparición de barreras y el intercambio, no sólo comercial, ha significado un gran avance para todos y de que la unión monetaria ha supuesto una protección frente a las graves consecuencias de la crisis. A pesar de la enorme trascendencia de sus decisiones y actuaciones en nuestra vida consideramos a la Unión Europea y sus instituciones distantes, desconocidas y, lo que es peor, ajenas. Parece claro que uno de los retos de los próximos años es reformular el papel de la Unión y su gobierno para acercarlos a los ciudadanos de modo que éstos sean conscientes de la relevancia de elecciones como la que dentro de algunos días tendrá lugar. ■

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

Presidente de Cointega

Pedro Regojo

El textil y la crisis



E

l textil como la gran mayoría de los sectores, sufre una crisis derivada de la bajada de ventas y de la mayor contracción del crédito.

Las empresas tienen que ganar dinero para crecer, porque normalmente lo que no crece se muere. Con la crisis el primer impacto es la pérdida de rentabilidad y lo que tenemos que hacer los empresarios es adaptarnos a la crisis y actuar.

Se nos exige ser más eficientes, esto quiere decir que con los mismos recursos humanos y materiales, hacer más.

El mercado interior español está y estará en recesión por un tiempo no corto.

Las empresas nos vemos obligadas a colocar nuestros productos o proyectos en los mercados internacionales, en los que seguro que tendrán éxito, pues el mercado interno textil está muy maduro, tenemos que competir a nivel global.

Si nuestro producto tiene éxito en un mercado duro y exigente, como es el mercado español, seguro que triunfaremos en el mercado internacional.

El problema es que muchas empresas por su dimensión no tienen redes propias de comercialización en el extranjero.

Por eso es necesario desde la Confederación de Industrias Textiles el poder crear oficinas de exportación, en que un ejecutivo se responsabilice de un grupo de empresas y que al principio tengamos ayudas de la administración, pues una vez en marcha las propias empresas podrán financiarse.

Primer mensaje: Internacionalizarse.

Siempre fue importante la cooperación y hoy ante la crisis, la cooperación pueda ser clave del éxito de las empresas y los clústers de asociación de empresarios de varios países deberá ser la mejor alternativa. Me refiero al que hemos hecho con los empresarios portugueses, que no es más que dar marchamo oficial a lo que llevamos años haciendo como la cosa más natural.

Estoy convencido de que el clúster internacional con Portugal va a beneficiar a ambas partes.

Portugal aún tiene una importante industria textil y de confección y España lleva más de 30 años invirtiendo en marca, diseño, creación y comercialización.

Desde Bruselas han visto con buenos ojos esta Euroregión Galicia-Norte de Portugal y seguro que no vamos a defraudar. Hace pocos días una delegación china con importantes asociaciones de Franquicias han estado visitando nuestras instalaciones en el Parque Tecnológico de Texvigo. Hemos estado trabajando juntos y al final hemos llegado a la conclusión que nuestros proyectos textiles son complementarios.

China tiene grandes capacidades productivas y Galicia tiene un nuevo modelo de negocio textil, basado en la creación, diseño e innovación del que carecen los chinos.

La mezcla de nuestra moda gallega con precios competitivos de China puede ser explosiva. Así lo hemos visto tanto la delegación china como nosotros. ■

IPC España

Abril 2009

ÍNDICE GENERAL

106,8/ VARIACIÓN EN UN AÑO -0,2%

Alimentos y bebidas no alcohólicas.

109,1/-0,1%.

Bebidas alcohólicas y tabaco.

115,7/4,0%. Vestido

y calzado. 104,6/-

-1,7%. Vivienda.

111,1/1,6%. Menaje.

106,9/1,8%. Medi-

cina. 99,4/0,7%.

Transporte. 100,1/

-7,5%. Comunicaciones.

99,7/-0,5%.

Ocio y cultura.

100,0/1,6%. Ense-

ñanza. 111,7/3,9%.

Hoteles, cafés

y restaurantes.

111,9/2,4%. Otros

bienes y servicios.

109,4/2,8%

Un paseo por la península de los Balcanes

Empresas gallegas visitan Croacia, Eslovenia y Bosnia en misión comercial

Galicia exportó durante 2008 un total de 12.526,1 toneladas de pescado, crustáceos y moluscos a Croacia, Eslovenia y Bosnia. Y es que esta industria será la más numerosa en la misión comercial organizada por la Cámara de Comercio para este mes de junio, en la que también participarán empresas relacionadas con el granito, la madera y los productos de desinfección y limpieza del hogar



Foto: Julián Comesaña

Destinos turísticos emergentes

Además de su crecimiento industrial, Croacia, Eslovenia y Bosnia se han convertido en importantes destinos turísticos dentro de Europa gracias a la revitalización de su imagen tras el conflicto de los Balcanes.

Croacia tiene seis ciudades declaradas Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, Parques Nacionales y Naturales y un litoral que ofrece al visitante una bella estampa que combina caletas y acantilados. Pero es sin duda la ciudad de Dubrovnik, también llamada Florencia Dálmata o Perla del Adriático, uno de los lugares más hermosos de Europa. Rodeada de murallas góticas y renacentistas, el número de turistas que visitan esta ciudad aumenta cada año.

Eslovenia, por su parte, se considera el pulmón verde de Europa Central, gracias a sus increíbles Alpes Julianos, que proporcionan magníficas oportunidades a los amantes del senderismo y el esquí.

Bosnia Herzegovina es un país rico en cruce de civilizaciones, que le otorgaron un lugar estratégico en la historia. Sarajevo, su capital, culturalmente musulmana, invita a conocer su pintoresco bazar y la Mezquita Husref Beg. Otra visita obligada es al Santuario de Medjugorje, donde en 1981 apareció la Virgen María y comunicó un mensaje de paz a los testigos. ■

En un momento en el que abordar nuevos mercados se hace absolutamente indispensable para las empresas, una docena de firmas gallegas tratarán de aumentar sus negocios en Eslovenia, Croacia y Bosnia, dentro de la misión comercial organizada por la Cámara de Comercio de Vigo. Así, una docena de empresas, pertenecientes a los sectores del pescado (el sector mayoritario), el granito, la madera y los productos de desinfección y limpieza del hogar viajarán a estos tres países de la península de los Balcanes.

Las empresas dedicadas al pescado fresco y congelado son las que más se han interesado por esta visita, algo que resulta normal si tenemos en cuenta que Galicia exportó un total de 12.526 toneladas de pescado, crustáceos y moluscos a estos tres países durante 2008.

Información de los países

Eslovenia, el único país miembro de la Unión Europea de los tres visitados, es con dos millones de habitantes, uno de los países menos extensos de Europa. Por otro lado, se trata del Estado más desarrollado de los que formaban la antigua Yugoslavia, por lo que su renta per cápita es una de las más altas de los países de su entorno. La estructura económica eslovena es similar a la de cualquier economía desarrollada. El país cuenta con un importante sector industrial, una viva actividad constructora y, sobre todo, con un amplio sector de servicios que contribuye con más de un 56% al Producto Interior Bruto. Los salarios en general son bastante elevados en relación con los de Hungría, Polonia o la República Checa, y en relación al sector exterior, Eslovenia se caracteriza por ser una economía muy abierta, en

donde las exportaciones constituyen el 0,177% del total mundial.

Croacia, por su parte, ingresó en la Organización Mundial del Comercio en el 2000, y en abril de 2008 reactivó las negociaciones con la UE de cara a su futura adhesión, que podría producirse en los próximos años. La superficie de Croacia alcanza los 56.540 kilómetros cuadrados y tiene una población de 4.444.451 personas. La economía croata se encuentra fuertemente terciarizada. El sector servicios (turismo y financiero) representa el 60% del PIB, mientras que la industria aporta un 24% y el sector primario se reduce al 7%. En cuanto al comercio exterior del país, está considerado como una economía muy abierta como consecuencia del peso que sus operaciones comerciales con el exterior tienen sobre el Producto Interior Bruto.

Finalmente, Bosnia Herzegovina tiene una superficie de 51.210 kilómetros cuadrados, y una población de 3.907.074 personas. En los últimos años la economía del país ha estado inmersa en tres procesos: la transición de una economía dependiente de la ayuda internacional a una economía autosuficiente; el cambio de una economía centralizada a una economía de mercado y el proceso de construcción de las nuevas instituciones económicas. Los sectores más relevantes o con mayor potencial de crecimiento son: la industria alimenticia, los materiales de construcción, los equipos y material eléctrico y los bienes de consumo (calzado, confección y textil). En cuanto a su relación con el exterior, Bosnia Herzegovina es una economía muy abierta. A nivel mundial sus exportaciones representan un 0,029% del total. ■

Recorrido por Portugal



Del 1 al 5 de junio un total de nueve empresas gallegas recorrerán Portugal en una misión comercial organizada por la Cámara de Comercio de Vigo y en el marco del programa Subvención Global FEDER-Cámaras. La acción, de tipo plurisectorial. Los becarios de la Cámara de Comercio de Vigo en Oporto y su homólogo

de la Cámara de Coruña en Lisboa organizarán las agendas de entrevistas de estas empresas de manera individual y con la ayuda de una consultora externa

El programa de viaje y las ciudades de trabajo se han adaptado a las necesidades de cada una de las empresas participantes, de tal manera que se abarcará todo el país. En esta misión comercial participarán empresas de sectores muy variados como consultoría, abonos, sistemas de seguridad para construcción, conservas, ingeniería, mejillón y otros productos alimenticios. ■

Jornada informativa sobre Corea del Sur



La Cámara acoge el 19 de este mes una jornada informativa sobre el mercado de Corea del Sur, la décimo tercera economía mundial y la cuarta asiática, tras Japón, China y la India. El seminario, organizado en colaboración con el ICEX, contará con la participación del consejero económico y comercial de España en Seúl, José Luis Echániz y el testimonio de una empresa española con experiencia en este mercado. Después del encuentro, los asistentes podrán mantener entrevistas personales con el consejero

Con más de 48 millones de habitantes y una renta per cápita superior a los 20.000 dólares, Corea del Sur se ha mostrado en los últimos años como un mercado de gran atractivo para la exportación española, con crecientes oportunidades en el sector de los productos agroalimentarios, especialmente el aceite de oliva, la carne de cerdo y el vino. Además, los surcoreanos son grandes importadores de muchos de los componentes utilizados en la construcción naval y la automoción, ya que son líderes mundiales en ambas industrias.

En el año 2008, las exportaciones españolas al país superaron los 573 millones de euros. En el caso de Pontevedra, se registraron en 2007 más de 300 operaciones co-

merciales, llevándose a cabo exportaciones con un valor económico superior a los 10 millones de euros.

A pesar de ser considerada uno de los “tigres asiáticos”, con unas tasas de crecimiento superiores a la mayoría de países de la OCDE, Corea del Sur, al igual que Japón y China, se está viendo fuertemente afectada por la crisis financiera. La importante depreciación de la moneda local frente al dólar y el yen, y la próxima firma del Tratado de Libre Comercio con la UE marcarán la pauta a seguir en un futuro próximo. La jornada del 19 de junio es, sin duda, una buena oportunidad para profundizar en la situación actual de este mercado y conocer cuáles son las perspectivas de negocio para nuestras empresas. ■

El arte de dirigir y comunicar

Elementos que ponen en juego la competitividad de tu empresa



La Cámara ha organizado un completo programa formativo para el mes de junio, haciendo especial hincapié en los cursos orientados a la gestión y a la mejora de la competitividad empresarial en materia de dirección y comunicación

“Dirección por implicación” es el sistema directivo defendido por los responsables de DPI Consultores, y que han implantado con éxito en diferentes empresas gallegas durante los últimos quince años. El interés que despierta esta materia entre las pymes de nuestro entorno, ha llevado al departamento de formación de la Cámara a organizar un seminario abierto y de carácter gratuito el próximo 10 de junio. Bajo el título, “Un estilo de dirección integrado: la dirección por implicación”, el curso presentará el esquema general de este sistema basado en las personas y el talento organizativo. Se hará especial hincapié en algunas paradojas directivas (gestión y liderazgo, corto y largo plazo, entorno y empresa), así como en la necesidad de avanzar simultáneamente en las dos dimensiones clave: la técnica y la humana. Para ser más competitivos en este terreno, el seminario dará a los asistentes las claves para autoevaluar su estilo de dirección y conocer cuál es su posicionamiento actual. El objetivo final pasa por alcanzar la profesionalización y renovación de la empresa. Este seminario complementa al que ya se celebró el pasado 13 de mayo sobre la mejora de la competitividad de la empresa, al que asistieron una treintena de directivos interesados en conocer los factores claves del éxito empresarial.

Cómo ahorrar costes en publicidad y marketing

Dirigido tanto a las pymes como a los directivos de grandes empresas, el seminario “Comunicación en tiempos de crisis: cómo ahorrar costes en publicidad y marketing”, versará sobre los nuevos modelos de comunicación estratégica aplicados a todo tipo de organizaciones con independencia de su tamaño. La combinación de un estudio científico con los componentes humanos de creatividad y emociones permite aprovechar la actual configuración social de “personas que conversan”, frente al paradigma tradicional en el que los público objetivo son considerados como grupos demográficos.

@claves

- Empresa: Imaxe Nova de Comunicación.
- Fecha: 11 de junio.
- Lugar: Cámara de Comercio de Vigo.

En el nuevo contexto, los esquemas verticales de la publicidad y el marketing, que implicaban el uso de medios de comunicación de masas, han perdido eficacia, ya que las sociedades conectadas han desarrollado mecanismos de defensa contra ese tipo de mensajes. Además, los gastos en espacios publicitarios no siempre se corresponden con los resultados. Por eso aprender a rentabilizar los costes en materia de comunicación es otro de los aspectos en los que incidirá el curso. Estrategias como el marketing experiencial, el marketing de guerrilla, el boca a boca o el efecto viral permiten que cualquier empresa, sea del tamaño que sea, disponga de iguales oportunidades para intercambiar mensajes con el mercado o con sus grupos de interés. ■

CURSOS KEARIS

“Creación e consolidación de empresas”
 Datas aproximadas: do 8 de xuño ao 18 de setembro.
 Gratuito previa inscrición.

“Manipulador de alimentos”
 Duración: 3 h.
 Data: A determinar.

“Nóminas informatizadas: Nominaplus”
 Duración: 15 h.
 Datas: do 15 ao 19 de xuño.

Horario: de 19:00 a 22:00 h.

INFORMÁTICA

Bases de datos: Access 2007 avanzado (nivel II)
 Duración: 30 h.
 Datas: del 1 ao 12 de xuño.

Horario: de 19:00 a 22:00 h.

SEMINARIOS

A xestión da empresa ante o novo ciclo económico: retos e oportunidades

Duración: 1,45 h.
 Data: 4 de xuño.

Horario: de 19:00 a 20:45 h.
 Gratuito previa inscrición.

O estilo de dirección integrado: a dirección por implicación
 Duración: 4 h.
 Data: 10 de xuño.

Horario: de 09:30 a 13:30 h.

Gratuito previa inscrición.

Xeración, maduración

e avaliación de ideas empresariais

Duración: 15 h.
 Datas: 10, 17 y 24 de xuño.

Horario: de 16:00 a 21:00 h.
 Gratuito previa inscrición.

Comunicación en tempos de crise: como aforrar custos en publicidade e marketing
 Duración: 1,30 h.
 Data: 11 de xuño.

Horario: de 10:30 a 12:00 h.

Gratuito previa inscrición.

Rastrexo da competencia internacional
 Duración: 4 h.
 Data: 18 de xuño.
 Horario: de 09:30 a 13:30 h.
 Gratuito previa inscrición.

Xornada informativa sobre o mercado de Corea do Sur
 Data: 19 de xuño.
 Horario: de 10:00 a 12:00 h.
 Gratuito previa inscrición. ■

PRAZAS LIMITADAS

A participación nos cursos formalizarase por rigorosa orde de chegada das solicitudes.

DIPLOMAS

Ao finalizar cada curso a Cámara de Comercio entregará un diploma aos alumnos que acrediten a súa asistencia e aproveitamento.

Javier Guerra

Conselleiro de Economía e Industria



“Aunar en una misma consellería Economía e Industria en un contexto complicado como el actual, envía un mensaje claro de apoyo al tejido industrial de Galicia”

Tras hacer balance de la situación actual de los proyectos de la Consellería, ¿podría hacer un diagnóstico general de su estado?

En primer lugar, quiero destacar el acierto de haber aunado en una misma consellería dos áreas como son la de Economía e Industria en un contexto económico complicado como el actual. La responsabilidad es grande, pero como ya he dicho en más de una ocasión la unión de estas dos consellerías envía un mensaje claro de apoyo al tejido industrial de Galicia: es decir, la unión de Industria con los instrumentos económicos para ejecutar políticas industriales es, a día de hoy, muy importante para evitar disfunciones y unificar criterios para no tener puntos de vista divergentes en esta materia, tal y como escenificó el anterior Gobierno autonómico. En resumidas cuentas, tenemos la política industrial y los medios financieros para aplicarla y apuntalarla. Este es un factor muy importante a la hora de hacer cualquier tipo de diagnóstico sobre una consellería que afronta retos muy importantes, porque creo que es el momento de ser efectivos, prácticos y pragmáticos para ofrecer respuestas rápidas en un ámbito único y coordinado.

Ayudar a las empresas, crear empleo, ganar competitividad... ¿Cuáles cree que deben ser las medidas más inmediatas, en las actuales circunstancias?

Nuestro primer objetivo es, ante todo, ayudar a las

empresas para evitar que las estadísticas del paro sigan engordando de forma incontrolada. El principal problema al que se enfrentan ahora mismo las empresas y los emprendedores es el de la falta de financiación. Son muchas las sociedades que vienen avaladas por una situación histórica de solvencia y con estructuras empresariales muy asentadas que necesitan acceder a financiación para continuar generando valor añadido con su competitividad. También es muy importante la apuesta en I+D+i para poder avanzar hacia un polo del conocimiento en Galicia de la mano de los más innovadores, de los que actúen con una apuesta clara por la inteligencia y por la calidad, más allá de una visión competitiva marcada únicamente por el precio.

El Presidente de la Xunta, Alberto Núñez Feijóo, abogó en esta misma publicación por la internacionalización de las empresas como elemento decisivo de su política económica. ¿El IGAPE será la clave para esta línea de trabajo?

Desde luego que la internacionalización de las empresas constituye un elemento decisivo de la política económica. El porcentaje de firmas gallegas que operan en el exterior tiene que aumentar y ahí entra en juego el IGAPE, un instrumento financiero fundamental para llevar a cabo nuestra política industrial. Está previsto, tal y como señaló el presidente de la Xunta

de Galicia, Alberto Núñez Feijóo, crear un departamento específico para reunir todas las iniciativas autonómicas encaminadas a la internacionalización de nuestros empresarios y sus empresas. Pero la internacionalización de empresas también implica atraer capital foráneo, ser el punto de destino de inversiones extranjeras. Tenemos que ser más productivos y mejorar nuestras infraestructuras, entre otras cosas, para resultar atractivos.

“La internacionalización de empresas también implica atraer capital foráneo, ser el punto de destino de inversiones extranjeras”

¿En que se basará el diseño del nuevo Instituto Galego de Promoción Económica?

El nuevo diseño del Igape se basará, sobre todo, en las necesidades del tejido industrial y empresarial de Galicia. Somos un instrumento a su servicio, y así nos lo estamos planteando para poder ser útiles a quienes llaman a nuestra puerta. Somos nosotros quienes debemos entender a los empresarios y no al revés. Esta es la dirección correcta.

El plan FOEXGA ha sido un instrumento de la promoción exterior de nuestras empresas con resultados muy satisfactorios. ¿Cree que se trata de un instrumento válido y que se adapta a los requerimientos actuales de las empresas y a la nueva orientación del Gobierno gallego?

Es cierto que el plan FOEXGA ha dado buenos resultados en la promoción exterior de las empresas gallegas y que es un ejemplo de colaboración con las Cámaras de Comercio. Todo lo que sea internacionalizar nuestra actividad industrial y empresarial está bien.

¿Cómo ve la situación del concurso eólico heredada del anterior Ejecutivo, y como resolverá los problemas de este frente?

El concurso eólico está sometido a una revisión legal por parte de los servicios jurídicos, tanto de la Consellería de Economía e Industria como de la propia Xunta. Este estudio de todo el proceso derivado de los cerca de un centenar de recursos que se presentaron llevará su tiempo. Está entre nuestras prioridades, porque tenemos que recuperar el tiempo perdido en disputas inútiles entre los anteriores socios de Gobierno para que Galicia recupere el liderazgo en materia de energía eólica. Es importante, desde mi punto de vista, la unidad de este Gobierno para resolver los problemas que se han derivado del concurso eólico.

El sector del automóvil reclama ayudas directas a la compra de vehículos. ¿Qué otras medidas necesita la automoción?

Nosotros hemos presentado hace muy poco el plan ‘re-Móvete’ para dinamizar el mercado de la automoción, que contempla ayudas de entre 500 y 1.500 euros por la compra de un vehículo. Nuestro plan, además, se consensuó con el sector, cosa que no hizo el Gobierno central, que nos citó a una reunión, únicamente informativa, en la que ni siquiera pudimos expresar nuestra opinión. El programa de la Xunta cuenta con un presupuesto de 6 millones de euros ampliables, y creemos que es sensiblemente mejor que el que presentó el Gobierno de Zapatero porque contempla un mayor montante económico en las ayudas para estimular la compra y, sobre todo, porque está hecho por y para Galicia, adaptado a la estructura de su oferta y de su demanda, y porque prioriza a los sectores más afectados por la crisis, como son el agroindustrial, el textil, el naval, el de las piedras ornamentales, el audiovisual y el turismo para la compra de vehículos industriales. Por todo esto, creo que se trata de un plan más ambicioso que el del Ejecutivo central. Esto es un primer e importante paso para ayudar al sector de la automoción en Galicia, y cualquier otro avance que se produzca en la dinamización y estimulación de su actividad, muy importante para el mantenimiento de los 40.000 puestos de trabajo directos que sostiene, va a estar consensuada con el sector.

Este sector es un ejemplo del mal momento económico, pero hay muchos otros en la misma situación, que también reclaman ayudas. ¿Tiene la Xunta recursos para todos?

Los recursos de la Xunta son limitados porque hay un déficit de ingresos. Las cuentas del bipartito no salen, y heredamos una situación en la que nos vemos obligados a manejarnos.

¿Cuál es el papel que usted asignaría a las Cámaras de Comercio en las circunstancias actuales? ¿En qué pueden y deben ayudar?

Las Cámaras de Comercio son un pilar muy importante en el tejido empresarial de una sociedad. Su labor de formación es encomiable, su apuesta por la internacionalización de nuestra economía, un ejemplo, y su contribución a la dinamización del mercado innegable. En estos momentos, todos debemos sumar y remar en la misma dirección. ■

“Las Cámaras de Comercio son un pilar muy importante en el tejido empresarial de una sociedad”

Estudio sobre la empresa familiar

En España existen más de 2 millones y medio de empresas familiares que representan el 75% del empleo privado

En medio de un proceso de cambio global, las empresas familiares tienen un peso específico muy significativo en la economía de los países desarrollados, constituyendo uno de los principales motores de la actividad económica.

En nuestro país, estas empresas dan trabajo a más de 9 millones de trabajadores, realizan el 59% de las exportaciones españolas y el total de su facturación equivale al 70% del PIB español

Las empresas familiares y las familias empresarias, con sus particulares capacidades, potencialidades y ventajas competitivas, viven en la actualidad un importante proceso de transformación, ya que además de asumir los retos propios de cualquier compañía, deben enfrentarse a otros desafíos específicos propios de su naturaleza que, en muchas ocasiones, ponen en peligro su existencia y continuidad. En España existen más de 2 millones y medio de empresas familiares. Representan el 75% del empleo privado, dan trabajo a más de 9 millones de trabajadores, realizan el 59% de las exportaciones españolas y el total de su facturación equivale al 70% del PIB español.

Las Cámaras de Comercio, en colaboración con el Fondo Social Europeo, acaban de presentar “La Empresa Familiar en España” un estudio sobre la realidad de este colectivo en nuestro país y del que se desprenden conclusiones realmente interesantes. Una de las más importantes es que el 68% de las empresas afirman no haber planificado la elección de sucesores, por ser una de las principales causas de conflicto en el seno de la empresa.

Otro dato revelador del estudio es que el 87% de las familias empresarias ejerce directamente el control político y económico de la sociedad accionarial y un 74% rechaza la entrada en el accionariado de socios externos como vía alternativa de financiación. En el 91% de este tipo de sociedades participa al menos un miembro de la familia en los órganos de administración de la empresa. En el 50% de las empresas con más de 2 empleados, trabajan 2 familiares consanguíneos (en el 25,3%) ó 3 (en el 24,7%), incrementándose este número conforme lo hace el tamaño de la empresa.

Presencia femenina

En cuanto a la presencia de la mujer en las empresas, los resultados muestran que siete de cada diez empresas participantes cuentan con menos del 50% mujeres en plantilla y que el 47,3% tienen menos del 25%.

Por otro lado, y aunque sólo un 32% de las empresas encuestadas afirma tener planificada la sucesión, casi tres cuartas partes están de acuerdo en que es útil

disponer de instrumentos – como el protocolo familiar o los pactos de familia – que faciliten la regulación de la relación entre empresa y familia, y establezcan las bases para que el tránsito generacional se lleve a cabo de una forma ordenada. ■



@laves

LA EMPRESA FAMILIAR EN EL MUNDO

■ Unión Europea

- 17 millones de empresas familiares.
- Emplean a 100 millones de personas.
- Suponen el 60% del tejido empresarial de la UE.
- De las 100 primeras empresas de la UE el 25% son empresas familiares.

■ ESTADOS UNIDOS

- 80% sobre el total de empresas.
- 50% del empleo.

PYME FAMILIAR, PUENTE AL FUTURO



El programa “Pyme Familiar – Puente al Futuro” de las Cámaras de Comercio es un programa cofinanciado por el Fondo Social Europeo, cuyo objetivo es sensibilizar, apoyar y orientar a las pymes familiares, en la superación de los obstáculos específicos que impiden un cambio generacional ágil y fluido.

Durante dos años, las Cámaras de Comercio realizaron 129 talleres interactivos, dirigidos a empresas familiares, en los que se inició a los responsables de las Pymes familiares en metodologías, instrumentos y herramientas de mejora de las relaciones familia-empresa, así como en las de sucesión, gestión y liderazgo. Finalizados los talleres, las Cámaras realizaron el estudio a partir del autodiagnóstico elaborado por las empresas participantes (1095).

¿Qué es una empresa familiar?

Una compañía, tenga el tamaño que tenga, es empresa familiar si:

- La mayoría de los votos son propiedad de la persona o personas de la familia que fundó o fundaron la compañía, o, son propiedad de la persona que tiene o ha adquirido el capital social de la empresa; o son propiedad de sus esposas, padres, hijo(s) o herederos directos del hijo(s).

- La mayoría de los votos puede ser directa o indirecta.

- Al menos un representante de la familia o pariente participa en la gestión o gobierno de la compañía.

- A las compañías cotizadas se les aplica la definición de empresa familiar si la

persona que fundó o adquirió la compañía (su capital social), o sus familiares o descendientes poseen el 25% de los derechos de voto a los que da derecho el capital social. *

Perfil de la Empresa Familiar en España

- Sociedades Limitadas que desarrollan su actividad empresarial en el ámbito nacional.

- Pertenecen al sector industrial (44,1%).

- Cuentan con 2 a 9 empleados (42,1%) con una facturación bruta anual de entre 500.000 y 2.000.000 de euros (38,8%).

- Fundadas en la década de los ochenta y se encuentran mayoritariamente en primera o segunda generación.

- Cuentan con menos del 25% de mujeres en su plantilla (47,3%). ■

CALENDARIO DEL CONTRIBUYENTE

JUNIO 2009	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					

HASTA EL 5

IMPUESTOS ESPECIALES
Mayo 2009. Todas las empresas. Mod. 511.

HASTA EL 22

RENTA Y SOCIEDADES
Retenciones e ingresos a cuenta de rendimientos del trabajo, actividades económicas, premios y determinadas imputaciones de renta, ganancias de transmisiones o reembolsos de acciones y participaciones de las instituciones de inversión colectiva o de aprovechamientos forestales de vecinos en montes públicos, rentas de arrendamiento de inmuebles urbanos, capital mobiliario,

personas autorizadas y saldos en cuentas.
Mayo 2009. Grandes Empresas. Mods. 111, 115, 117, 123, 124, 126, 128.

IVA

Mayo 2009. Régimen General. Autoliquidación. Mod. 303. Operaciones asimiladas a las importaciones. Mod. 380. Grupo de entidades, modelo indivi dual. 322. Grupo de entidades, modelo agregado. 353. Declaración de operaciones incluidas en los libros registro del IVA y del IGIC. Mod. 340.

IMPUESTO SOBRE LAS PRIMAS DE SEGUROS
Mayo 2009. Mod. 430.

IMPUESTOS ESPECIALES
Marzo 2009. Grandes Empresas. Mods. 561, 562, 563. Grandes Empresas (*). Mods. 553, 554, 555, 556, 557, 558. Mayo 2009. Todas las empresas. Mods. 564, 566. Todas las empresas (*). Mods. 570, 580. Grandes Empresas. Mods. 560. (*) Los Operadores registrados y no registrados, representantes fiscales y receptores autorizados (Grandes Empresas), utilizarán para todos los impuestos el modelo. 510.

HASTA EL 23

RENTA
Confirmación del borrador de declaración con resultado a

ingresar con domiciliación en cuenta.
Declaración anual 2008 con resultado a ingresar con domiciliación en cuenta. Mod. D-100.

HASTA EL 30

RENTA
Declaración anual 2008. Mod. D-100. Régimen especial de tributación por el Impuesto sobre la Renta de No Residentes 2008. Mod. 150. Confirmación del borrador de declaración con resultado a devolver, renuncia a la devolución, negativo y a ingresar sin domiciliación en cuenta. ■

Cerberero

Servicios de seguridad informática

Las PYMES y los autónomos todavía no son conscientes de las amenazas informáticas a las que se someten diariamente. Desde el Vivero de Empresas, Fabián Quintas proporciona los mecanismos necesarios para que la información de sus clientes no caiga en manos equivocadas y se pueda recuperar cuando sea preciso



DATOS

Empresa:
Cerberero
Localización:
Plaza de Fernando Conde
Montero-Ríos.
Despacho 13.
Contacto:
Fabián Quintas González
Telf.:
986 120 107
Correo:
info@cerberero-si.com
Web:
www.cerberero-si.com

Resulta difícil de creer el número de empresas que cierran por carecer de una copia de seguridad o por no tenerla debidamente actualizada. Empleados que se llevan información confidencial de su antiguo puesto de trabajo o la facilidad que existe para acceder a determinados datos de una empresa le han provocado a más de uno un buen disgusto. Contra esta indefensión trabaja Cerbero, una empresa informática centrada en la seguridad activa y pasiva, tanto en infraestructuras internas como externas. Sus fundadores llevan algo más de seis meses embarcados en este proyecto, del que ya forman parte cinco personas. Su éxito radica en la oferta de servicios avanzados de seguridad perimetral de la red. “La mayoría de las empresas se centran en ofrecer antivirus o cortafuegos para los ordenadores personales, dejando al usuario final indefenso en caso de que su sistema no permanezca regularmente actualizado. En cambio nosotros atajamos los problemas “antes de que lleguen a casa”, con soluciones basadas en código abierto y rápidamente adaptables a las necesidades de nuestros clientes”, apunta Fabián Quintas.

Cerberero tiene como clientes a autónomos y pymes, además de la Administración pública, con la que mantiene contactos a diferentes niveles. Entre los servicios que ofrece, Quintas destacan “los sistemas de autenticación biométrica, equipos para conexiones inalámbricas seguras, copias de seguridad remota entre oficinas, anti-spam, anti-adware, anti-pishing, control interno de usuarios, comunicaciones telefónicas seguras, etc.”. La entrada en vigor del nuevo reglamento de la Ley Orgánica de Protección de Datos hace necesario que cualquier compañía, por pequeña que sea, cuente con los mecanismos adecuados que impidan que la información caiga en manos equivocadas. En este sentido, explica Fabián, “las empresas empiezan a ser conscientes del peligro que entrañan tanto wifi como bluetooth”. Otro de los problemas más frecuentes es el uso indebido de la red por parte de sus empleados; “en la mayoría de los casos los ordenadores y demás servicios informáticos se utilizan para actividades que nada tienen que ver con el trabajo”.

SERVICIOS EXCELENTES POR UN PRECIO MÁS RAZONABLE

La experiencia de Cerbero en las instalaciones camerales está siendo muy positiva. En palabras de su responsable, “el Vivero nos permite tener un centro de trabajo muy cercano a nuestros clientes y unos servicios excelentes por un precio más que razonable”. Para esta empresa gran parte de los trámites administrativos se han hecho con facilidad gracias al Servicio de Emprendedores de la Cámara y su punto PAIT. Otras gestiones, sin embargo, resultan más farragosas a la hora de iniciar un negocio. Los trámites en el Registro Mercantil, la lentitud que supone darse de alta como empresa y las dificultades que pone la banca a la hora de financiar un proyecto tecnológico, han sido los principales problemas con los que se ha encontrado Cerbero en sus inicios.

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

ANUNCIOS

CONVOCATORIAS

Participación en la Feria Euro-mold. Del 2 al 5 de diciembre del 2009. Lugar: Frankfurt (Alemania). Sector: moldes.

Participación en la Feria Turntec. Del 2 al 5 de diciembre del 2009. Lugar: Frankfurt (Alemania). Sector: mecanizados.

Participación en la Feria Aliankinta. Del 8 al 10 de septiembre. Lugar: Tampere (Finlandia). Sector: subcontratación industrial.

Participación en la Feria Midest. Del 17 al 20 de noviembre. Lugar: París (Francia). Sector: subcontratación industrial.

Misión comercial inversa en la World Fishing Exhibition. Del 16 al 19 de septiembre. Lugar: IFEVI (Vigo). Sector: naval y acuicultura.

Acciones financiadas por el Plan FOEXGA de las Cámaras gallegas y la Consellería de Innovación e Industria. Contacto: 986 44 62 95. comex@camaravigo.com.

AYUDAS

Cooperativismo. Orden del 25 de marzo de 2009 por la que se establecen las bases reguladoras de los programas de fomento del empleo en empresas de economía social y de promoción del cooperativismo y se procede a su convocatoria para el año 2009. D.O.G. nº62 del 31/03/09. Plazo: 15/09/2009.

Contratación colectivos riesgo exclusión. Orden del 26 de febrero de 2009 por la que se establecen las bases reguladoras del programa de incentivos a la contratación por cuenta ajena de personas desempleadas pertenecientes a colectivos en riesgo de exclusión social, cofinanciado por el Fondo Social Europeo, y se procede a su convocatoria para el año 2009. D.O.G. nº43 del 3 de marzo de 2009. Plazo: 15/09/2009.

Iniciativas de empleo de base tecnológica – IEFT. Orden del 18 de febrero de 2009 por la que se establecen las bases reguladoras del programa de ayudas y subvenciones a las empresas cualificadas como iniciativas de empleo de base tecnológica (IEFT), cofinanciado por el Fondo Social Europeo, y se procede a su convocatoria para el año 2009. D.O.G. nº41 del 27 de febrero de 2009. Plazo: 15/09/2009.

Plan Avanza. Resolución del 16 de febrero de 2009, de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, por la que se efectúa la convocatoria 1/2009 para la concesión de ayudas para la realización de proyectos y acciones de la Acción Estratégica de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información dentro del Plan Nacional de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica 2008-2011. BOE nº42, del 18 de febrero de 2009.

Contratación parados larga duración. Orden del 30 de diciembre de 2008 por la que se establecen las bases reguladoras del programa de incentivos a la contratación indefinida de los parados de larga duración, cofinanciado por el Fondo Social Europeo, y se procede a su convocatoria para el año 2009. D.O.G. nº11 del 16 de enero. Plazo: 15/09/2009.

Iniciativas Emprendedoras y de Empleo (I+E+E). Orden del 30 de diciembre de 2008 por la que se establecen las bases reguladoras del programa de las iniciativas emprendedoras y de empleo (I+E+E), cofinanciado por el Fondo Social Europeo, y se procede a su convocatoria para el año 2009. D.O.G. nº11 del 16 de enero. Plazo: 15/09/2009.

Promoción empleo autónomo. Orden del 30 de diciembre de 2008 por la que se establecen las bases reguladoras del Programa para la promoción del empleo autónomo, cofinanciado por el Fondo Social Europeo, y se procede a su convocatoria para

el año 2009. D.O.G. nº10 del 15 de enero. Plazo: 15/09/2009.

Contratación indefinida de mujeres. Orden del 30 de diciembre de 2008 por la que se establecen las bases reguladoras del programa de incentivos a la contratación indefinida de las mujeres como medida para lograr un mercado de trabajo igualitario, cofinanciado por el Fondo Social Europeo, y se procede a su convocatoria para el año 2009. D.O.G. nº10 del 15 de enero. Plazo: 15/09/2009.

Integración laboral personas con discapacidad. Orden del 30 de diciembre de 2008 por la que se establecen las bases reguladoras de los programas para la promoción de la integración laboral de las personas con discapacidad en centros especiales de empleo y en la empresa ordinaria, cofinanciados por el Fondo Social Europeo, y se procede a su convocatoria para el año 2009. D.O.G. nº12 del 19 de enero. Plazo: 15/09/2009.

Largometrajes. Resolución del 16 de marzo de 2009 por la que se establecen las bases reguladoras y la convocatoria pública para la concesión de subvenciones para la amortización de los costes de producción de largometrajes cinematográficos, telefilmes y documentales de interés cultural gallego. D.O.G. nº 61 del 30 de marzo de 2009. Plazo: 15/10/2009

EMPLEO

Ref. 602. Persona para **Departamento de Comercio exterior** que hable chino.

Ref. 604. Se necesita **comercial** de oficina para venta y asesoramiento de seguros. Requerida formación profesional.

Ref. 606. **Responsable de comercio exterior.** Participará en ferias y viajes en el extranjero. Diplomado y con conocimientos de inglés.

Ref. 607. **Administrativo contable** con experiencia en empresa de distribución o comercialización. Imprescindible conocer el nuevo Plan General Contable.

Ref. 609. **Adjunto al responsable del Departamento de Exportación.** Imprescindible dominio de inglés. Muy valorable el conocimiento de otros idiomas, como francés.

Ref. 610. **Responsable del Departamento de Contabilidad.** Licenciado. Imprescindible experiencia en puesto similar. Edad: 30-35

Ref. 612. **Comercial** de mensajería con conocimientos de comercio exterior.

Ref. 614. Licenciado con estudios de **comercio internacional.** Conocimientos de inglés y francés. Necesaria experiencia de un año en un puesto similar. Valorable estancias previas en el extranjero. Disponibilidad para viajar con frecuencia.

Ref. 616. **Agente comercial** para sector del gas natural.

Ref. 617. **Auxiliar administrativa.** Con conocimientos de programas de gestión: Facturaplus y Contaplus.

Ref. 618. **Comercial** de servicios turísticos con formación y experiencia en productos culturales.

Ref. 619. **Comercial bancario.** Se requiere licenciado de hasta 35 de años para realizar labores comerciales en el sector financiero. Trabaja en oficina de reciente apertura.

Ref. 621. Licenciado para departamento de **Comercio Exterior.** Necesaria formación en comercio internacional, experiencia en marketing y dominio de inglés. Valorable otros idiomas.

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

NOTICIAS



La Oficina del Registro Mercantil llega por fin a Vigo

En poco más de un mes está previsto que se habilite en Vigo la nueva Oficina del Registro Mercantil y de Bienes Muebles. El pasado 5 de mayo la Cámara de Comercio se congratulaba ante la publicación en el Boletín Oficial del Estado de la Orden por la que se dispone la instalación de estas dependencias, que estarán abiertas al público para poder efectuar todas aquellas operaciones que, hasta el momento, se tenían que realizar en Pontevedra. Con la apertura de esta oficina, los ciudadanos vigueses podrán realizar trámites como la obtención de publicidad formal o la presentación y retirada de toda clase de documentos. La institución cameral y los empresarios vigueses ven cumplida así una de sus históricas demandas, lo que contribuirá, sin duda, a acercar la Administración a la ciudadanía. ■

Inmersión de las empresas gallegas en el mercado italiano

Siete empresas gallegas del sector de la pesca y la construcción visitaron Milán en una misión comercial organizada por la Cámara, con el objetivo de buscar oportunidades de negocio y explorar nuevos mercados. Los empresarios, responsables en su mayoría de conserveras e industrias dedicadas a la pesca congelada, llevaron a cabo una ronda de entrevistas con distribuidores y potenciales clientes en el Norte del país. El objetivo: hacerse un hueco en el mercado transalpino, caracterizado por su alto grado de exigencia, y en el que los pequeños comercios y los canales de distribución tradicionales siguen teniendo un peso notable. ■

II Foro del Comercio "Ágora"

Miembros de la Comisión de Comercio Interior de la Cámara de Vigo y técnicos de la institución acudieron al II Foro del Comercio "Ágora", en el que se intercambiaron ideas para formentar la creatividad de la actividad comercial en el entorno urbano. El evento se llevó a cabo entre el 6 y el 8 de mayo en el Palacio de Congresos de Málaga y reunió a más de 500 congresistas y 2.500 visitantes. Representantes de todas las instituciones implicadas en el sector reafirmaron su apuesta por la creación de espacios urbanos sostenibles que fomenten el comercio vinculado al ocio y al turismo. El foro fue una buena oportunidad para conocer proyectos reales realizados en municipios españoles, además de abordar en profundidad la adaptación del sector a la crisis. ■

VIVERO DE EMPRESAS

DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE VIGO

Plaza de Fernando Conde Montero-Ríos, 9. Tel.: 986 120 104. Fax: 986 120 105. viverodeempresas@camaravigo.com. Consulte requisitos de ingreso y condiciones en www.camaravigo.com

AMETS. Despacho 15. Tlf: 986 120 134.

ASDESE. Despacho 12. Tlf: 886 137 094.

A3. Despacho 9. Tlf: 886 134 197.

BIT OCEANS RESEARCH. Despacho 2 y 5. Tlf: 986 120 109.

BLUGUIA. Despacho 4. Tlf: 986 120 128.

CERBERO SEGURIDAD INFORMÁTICA. Despacho 13. Tfno. 986 160 120.

DATA KEEPER. Despacho 6. Tlf: 986 120 124.

DIGALICIA. Despacho 7. Tlf: 986 120 120.

D'LENDIA. Despacho 19. Tlf: 666 390 105.

ECA SYSTEM. Despacho 16. Tlf: 886 113 124.

IURIS CONSULTORA. Despacho 10. Tlf: 986 120 113.

NARA COMUNICACIÓN. Despacho 20. Tlf: 886 113 106.

PATAS DE PEIXE. Despacho 3. Tlf: 986 120 111.

PUBLIPAN. Despacho 8. Tlf: 666 249 222.

VIGOMARINE SERVICES. Despacho 1. Tlf: 986 120 116.

VISUAL PROJECT. Despacho 17. Tlf: 986 120 138.

Vigo se promociona en el exterior a través del Desafío Atlántico

El periodista norirlandés Barry McCaffrey visitó nuestra ciudad con motivo de la celebración de la Regata de Grandes Veleros "Desafío Atlántico 2009", cuyas embarcaciones zarparon el día 3 de mayo del puerto de Vigo en un vistoso espectáculo rumbo a Tenerife. El corresponsal, encargado de retransmitir el evento en su país, estuvo acompañado en todo momento por la responsable del departamento de Turismo de la Cámara de Comercio. La visita de McCaffrey contribuyó a la promoción de Vigo como destino turístico en prensa escrita, radio e internet, a través de reconocidos medios de comunicación irlandeses como BBC Radio Ulster, Irish News y Irish Voice.

Los vigueses arrojaron este contecimiento de carácter internacional acudiendo en masa al desfile náutico y participando en las actividades paralelas que se llevaron a cabo. Según la organización, durante los cuatro días oficiales de celebración, el puerto registró la visita de más de 400.000 personas. La Regata de Grandes Veleros es el evento más importante de cuantos se celebran cada año en aguas europeas. En esta edición participan entre 70 y 100 barcos, con un total de 3.000 tripulantes de hasta 30 países. Las embarcaciones pondrán fin a la travesía el 16 de agosto en Belfast. ■

Programa Maspyme

Su Cámara le ayuda con el **60%** de los gastos

Le ofrecemos todos los elementos necesarios para que su empresa venda a través de Internet.

Más de **6.000** microempresas incorporadas al programa ya pueden vender sus productos y servicios en Internet



Obtenga **50€** de publicidad en buscadores para promocionar su web en **Google**.



Cámara | **Camerpyme**
Vigo

Para más información:
902 99 52 42
www.maspymevigo.com