

CURSOS



idiomas



> **FORMACIÓN**

PROGRAMA SEPTIEMBRE- DICIEMBRE 2014

Avanzamos la nueva propuesta de cursos, jornadas y seminarios, medio centenar de ideas que apuestan por temas directamente relacionados con la empresa



comercio

> NOTICIAS

La Antena de Salvaterra de Miño acoge el primer panel empresarial transfronterizo. Al encuentro, celebrado en las Cuevas de Doña Urraca acudieron casi una veintena instituciones y asociaciones provinciales

> COMERCIO EXTERIOR

Cámara de Vigo y Zona Franca apuestan por mercados emergentes para las nuevas acciones de promoción exterior. Irán, India, Países Bálticos, Filipinas, Indonesia, Namibia y Sudáfrica son los destinos propuestos para las PYMES exportadoras

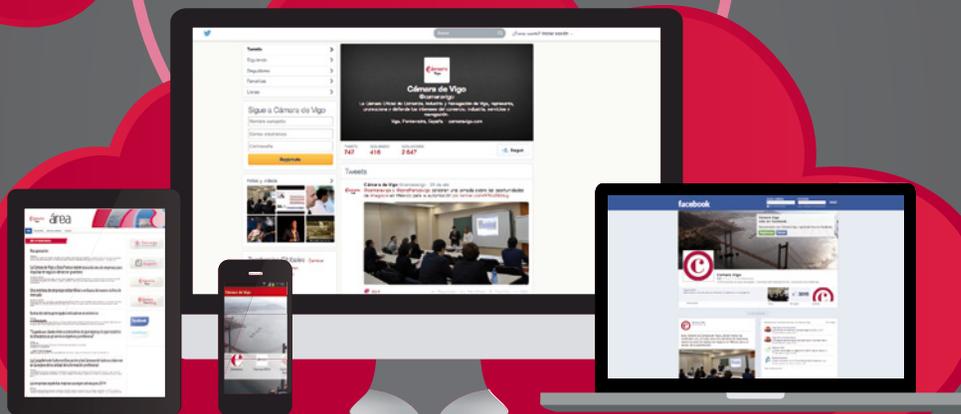
Nº 110

JULIO
2014

DONDE QUIERAS... COMO QUIERAS...

VISÍTANOS
www.camaravigo.com

SÍGUENOS



DESCÁRGATE
NUESTRA
APP GRATUITA



Available on the iPhone
App Store



Google play

Cámara
Vigo

RECUPERACIÓN Y EMPLEO

Hace ya algo más de cinco años que comenzó una crisis, en principio financiera, que desencadenó profundos cambios en la economía española. Desde entonces el sistema financiero y bancario ha sido sometido a una profunda reestructuración, incluyendo el rescate de varias entidades resultantes de los procesos de fusión de las antiguas Cajas de Ahorros. Esta crisis financiera puso de manifiesto numerosas debilidades en el panorama empresarial, fuera del estallido de la burbuja inmobiliaria, lo que llevó a una recesión sin precedentes en la moderna historia económica de nuestro país.

Exceptuando el aumento de la deuda pública, es el desempleo la consecuencia más notable y peligrosa de la recesión. El descenso de la demanda interna y los ajustes laborales derivados de los cierres de empresas y los recortes en las plantillas han empujado la tasa de paro alrededor del 26 % de la población activa. Esto tiene múltiples derivadas, todas negativas. El gasto en sistemas de protección contra el desempleo se disparó mientras se reducían la recaudación de la Seguridad Social y el IRPF procedente de las rentas del trabajo. La inseguridad laboral, por un lado, y la caída de la renta disponible para consumo, contribuyeron al desplome de la demanda interna, agravando, si cabe, la situación de las empresas.

Muchos de nuestros jóvenes, los mejor preparados y más decididos, buscaron su futuro profesional en el exterior, y las dudas sobre la viabilidad del sistema de protección social, y especialmente de las pensiones, se agudizaron. Y además, está el drama personal de

quienes no pueden cubrir, ni para sus familias ni para sí mismos, las necesidades que consideramos esenciales y quedan excluidos del sistema, con la carga de malestar social que ello implica.

En los últimos meses, los anuncios del gobierno de una pronta recuperación, se consolidan en cifras reales con crecimientos, todavía tímidos, pero tangibles, en el PIB. Los esperanzadores datos de parados registrados en el sistema, puestos en cuestión por no pocos observadores y agentes sociales, han venido a ser confirmados con la reciente publicación de la Encuesta de Población Activa del 2º trimestre de 2014.

Esta oleada de la EPA certifica un histórico descenso de la tasa de paro, que se sitúa por debajo del 25 %, y registra un caída del -3,12 %, junto con un aumento del 1,03 % en la tasa de ocupación, en datos desestacionalizados. Dejando a un lado la discusión de cuál haya sido la contribución de las medidas adoptadas por el Gobierno a la actual recuperación, parece claro que estamos en un camino diferente al que hemos recorrido en estos últimos cinco años. En cualquier caso, es responsabilidad del mundo empresarial, incluyendo a empresarios y a trabajadores, aprovechar las oportunidades que nos puedan ofrecer las actuales perspectivas para transformar cada décima de crecimiento en empleo. Es necesario que las rentas del trabajo se recuperen, y de forma sana, esto es, sin comprometer los resultados empresariales. De la mano de esta recuperación vendrá la estabilización de la demanda interna y del ahorro y la consolidación de un nuevo clima económico y por ende de la verdadera recuperación.



NUEVO PROGRAMA SEPTIEMBRE-DICIEMBRE 2014

Avanzamos en estas páginas el nuevo programa de cursos, jornadas y seminario para el periodo Septiembre-Diciembre 2014. Medio centenar de propuestas que irán creciendo hasta finalizar el ejercicio y que apuestan por temas directamente relacionados con la empresa, con un énfasis especial las nuevas tecnologías y profesiones.

La programación está pensada para que los trabajadores en activo puedan compaginar la asistencia a los cursos con su actividad diaria, por lo que la mayoría comienzan fuera del horario laboral. A mediados del mes de agosto, y a través de nuestra web www.camaravigo.com o en la sede de la propia institución, los interesados podrán realizar la inscripción a estos cursos y seminarios

CURSOS GENERALES

> MANIPULADOR DE ALIMENTOS

Duración: 3 horas
Fecha: 6 agosto
Horario: 9:30 a 12:30 horas

> TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN: LA COMUNICACIÓN NO VERBAL

Duración: 9 horas
Fechas: 29 septiembre- 1 octubre
Horario: 19:00 a 22:00 horas

> LÍDER-COACH

Duración: 21 horas
Fechas: 1-22 octubre
Horario: lunes y miércoles, de 19:00 a 22:00 horas

> CONTABILIDAD INFORMATIZADA: CONTAPLUS

Duración: 15 horas
Fechas: 6-10 octubre
Horario: 19:00 a 22:00 horas

> SERVICIO AL CLIENTE: LA HERRAMIENTA DIFERENCIAL

Duración: 9 horas
Fechas: 7-9 octubre
Horario: 19:00 a 22:00 horas

> NÓMINAS INFORMATIZADAS: NOMINAPLUS

Duración: 15 horas
Fechas: 13-17 octubre
Horario: 19:00 a 22:00 horas

> VENDE MÁS, VENDE MEJOR

Duración: 9 horas
Fechas: 14-16 octubre
Horario: 19:00 a 22:00 horas

> EL ARTE DE HACER PREGUNTAS EN UNA OPERACIÓN DE VENTAS

Duración: 8 horas
Fechas: 20-23 octubre
Horario: 19:30 a 21:30 horas

> FACTURACIÓN INFORMATIZADA: FACTURAPLUS

Duración: 15 horas
Fechas: 20-24 octubre
Horario: 19:00 a 22:00 horas

> **GESTIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA DE LA PYME**

Duración: 12 horas
Fechas: 27-30 octubre
Horario: 19:00 a 22:00 horas

> **MARKETING CREATIVO PARA PYMES**

Duración: 9 horas
Fechas: 28-30 octubre
Horario: 19:00 a 22:00 horas

> **GESTIÓN DEL ESTRÉS CON INTELIGENCIA EMOCIONAL Y COACHING**

Duración: 15 horas
Fechas: 3-17 noviembre
Horario: lunes y miércoles, de 19:00 a 22:00 horas

> **CONTABILIDAD GENERAL**

Duración: 45 horas
Fechas: 3-21 noviembre
Horario: 19:00 a 22:00 horas

> **CÓMO CONVERTIR UNA IDEA EN REALIDAD: LEAN STARTUP**

Duración: 9 horas
Fechas: 18-20 noviembre
Horario: 19:00 a 22:00 horas

> **CÓMO CONSEGUIR CAMBIOS POSITIVOS EN TU NEGOCIO**

Duración: 8 horas
Fechas: 24-27 noviembre
Horario: 19:30 a 21:30 horas

> **ANÁLISIS DE BALANCES**

Duración: 12 horas
Fechas: 24-27 noviembre
Horario: 19:00 a 22:00 horas

> **GESTIÓN Y SISTEMAS DE COSTES PARA LA TOMA DE DECISIONES**

Duración: 12 horas
Fechas: 1-4 diciembre
Horario: 19:00 a 22:00 horas

> **MOTIVACIÓN PERSONAL Y PROFESIONAL**

Duración: 15 horas
Fechas: 1-17 diciembre
Horario: lunes y miércoles, de 19:00 a 22:00 horas

> **CURSO PRÁCTICO DE NEGOCIACIÓN EMPRESARIAL CON CHINA**

Duración: 13 horas
Fechas: 2-3 diciembre
Horario: día 2: 16:00 h a 22:15 h, día 3: 9:00 h a 15:45 h

IDIOMAS

> **CONVERSACIÓN EN INGLÉS**

Duración: 7,5 horas
Fechas: miércoles de octubre
Horario: los miércoles, 20:00 a 21:30 horas

> **SELLING IN ENGLISH**

Duración: 30 horas
Fechas: 6-24 octubre
Horario: lunes, martes, jueves y viernes, 19:00 a 21:30 horas

> **BREAKFAST AND SPEAKING**

Duración: 6 horas
Fechas: jueves de octubre, empezando el día 9
Horario: los jueves, 8:30 a 10:00 horas.

> **INGLÉS PARA EL COMERCIO EXTERIOR**

Duración: 25 horas
Fechas: 3-18 noviembre
Horario: lunes, martes, jueves y viernes, 19:00 a 21:30 horas

> **PREPARACIÓN EXÁMENES CAMBRIDGE-FCE**

Duración: Octubre-Junio (Calendario Escolar)
Fechas: martes y jueves
Horario: martes y jueves, 20:00 a 21:30 horas

> **PREPARACIÓN EXÁMENES CAMBRIDGE-CAE**

Duración: Octubre-Junio (Calendario Escolar)
Fechas: lunes y miércoles
Horario: lunes y miércoles, 20:00 a 21:30 horas



COMERCIO EXTERIOR

> GESTIÓN Y PRÁCTICA ADUANERA I

Duración: 30 horas
 Fechas: 6-17 octubre
 Horario: 19:00 a 22:00 horas

> OPERATIVA Y PRÁCTICA DEL COMERCIO EXTERIOR

Duración: 60 horas
 Fechas: 20 octubre-7 noviembre
 Horario: 18:00 a 22:00 horas

> GESTIÓN ADUANERA II: REGÍMENES ADUANEROS ESPECIALES Y FISCALIDAD INTERNACIONAL

Duración: 24 horas
 Fechas: 17-27 noviembre
 Horario: lunes a jueves, 19:00 a 22:00 horas

> DOCUMENTACIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR

Duración: 15 horas
 Fechas: 1-5 diciembre
 Horario: 19:00 a 22:00 horas

INFORMÁTICA Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

> HOJA DE CÁLCULO EXCEL 2010-NIVEL INICIACIÓN-NIVEL I

Duración: 30 horas
 Fechas: 29 septiembre-10 octubre
 Horario: 19:00 a 22:00 horas

> TABLAS DINÁMICAS Y DATOS EN EXCEL 2010

Duración: 15 horas
 Fechas: 13-17 octubre
 Horario: 19:00 a 22:00 horas

> LA GRABADORA DE MACROS EN EXCEL 2010

Duración: 9 horas
 Fechas: 21-23 octubre
 Horario: 19:00 a 22:00 horas

> HOJA DE CÁLCULO EXCEL 2010-NIVEL AVANZADO-NIVEL II

Duración: 30 horas
 Fechas: 27 octubre-7 noviembre
 Horario: 19:00 a 22:00 horas

> GESTOR DE CONTENIDOS WEB JOOMLA

Duración: 60 horas
 Fechas: 27 octubre-21 noviembre
 Horario: 19:00 a 22:00 horas

> **SEO-SEM**

Duración: 20 horas
Fechas: 3-17 de noviembre,
lunes, miércoles y viernes
Horario: 16:00 a 19:00 h,
excepto el 17 que será de
16:00 a 18:00 h

> **EXCEL 2010 PARA
ADMINISTRATIVOS Y
CONTABLES**

Duración: 30 horas
Fechas: 10-21 noviembre
Horario: 19:00 a 22:00 horas

> **PRESENTACIONES
COMERCIALES CON
POWERPOINT 2010**

Duración: 15 horas
Fechas: 24-28 noviembre
Horario: 19:00 a 22:00 horas

> **GOOGLE APPS**

Duración: 15 horas
Fechas: 1-5 diciembre
Horario: 19:00 a 22:00 horas

JORNADAS Y SEMINARIOS

> **CLAVES DE ÉXITO DE LA
FRANQUICIA EN ESPAÑA**

Duración: 2 horas
Fecha: 24 septiembre
Horario: 19:00 a 21:00 horas

> **JORNADA SOBRE PERÚ**

Duración: 2,5 horas
Fecha: 21 de octubre
Horario: 10:00 a 12:30 horas

> **LOS 7 ERRORES
CAPITALES QUE DEBES
EVITAR COMO VENDEDOR**

Duración: 3 horas
Fecha: 11 noviembre
Horario: 10:00 a 13:00 horas

> **CIERRE DEL EJERCICIO
2014: NOVEDADES
CONTABLES Y FISCALES**

Duración: 4 horas
Fecha: 17 de diciembre
Horario: 9:30 a 13:30 horas





INFORMACIÓN E INSCRIPCIONES

Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Vigo.

C/ República Argentina nº 18 - A

Telf: 986 446 297 / Fax: 986 435 659

www.camaravigo.es / formacion@camaravigo.com

Horario de atención al público:

- Invierno: de lunes a jueves de 9:00 a 14:00 horas y 16:00 a 19:00 horas, y los viernes de 9:00 a 15:00 horas.

- Verano: de lunes a viernes de 9:00 a 15:00 horas

PLAZAS LIMITADAS

La participación en los cursos se formalizará por riguroso orden de llegada de las solicitudes.

DIPLOMAS

Al finalizar cada curso la Cámara de Comercio entregará un diploma a los alumnos que acrediten su asistencia y aprovechamiento. La Cámara de Comercio de Vigo se reserva el derecho de anular la celebración de algún curso o seminario en el caso de que no sea cubierto el número mínimo de plazas.



PROGRAMA TIC CÁMARAS

APOYO A LA INCORPORACIÓN DE LAS TIC EN LAS PYMES

ABIERTO EL PLAZO DE INSCRIPCIÓN

Las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de A Coruña, Lugo, Ourense, Pontevedra, Santiago, Tui, Vilagarcía de Arousa y Vigo han abierto, mediante la correspondiente Convocatoria Pública de Ayudas, el plazo para la presentación de solicitudes de participación en el Plan de Desarrollo Tecnológico - TICCámaras, financiado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) de la Unión Europea (80%). La Convocatoria de ayudas, así como el modelo de Solicitud de Participación, podrán descargarse de las páginas web de las Cámaras de Comercio participantes.

El Programa permite a la empresa el desarrollo subvencionado de "Planes Individuales de Apoyo a la Incorporación de TIC", para la integración de la cultura TIC en sus estrategias de actuación. La empresa contará con un asesor tecnológico que le guiará en el proceso y con otras acciones complementarias de refuerzo sobre las posibilidades de las TIC en las Pymes.

MÁS INFORMACIÓN, CONVOCATORIA Y SOLICITUDES DE PARTICIPACIÓN EN:

www.camaracoruna.com
www.camaralugo.com
www.camaraourense.com
www.camarapontevedra.com

www.camaracompostela.com
www.camaratui.com
www.camaravilagarcia.com
www.camaravigo.com





LA CÁMARA DE COMERCIO DE VIGO CELEBRA EL PRIMER PANEL EMPRESARIAL TRANSFRONTERIZO

LAS CUEVAS DE DOÑA URRACA ACOGIERON ESTE ENCUENTRO AL QUE ACUDIERON CASI UNA VEINTENA INSTITUCIONES Y ASOCIACIONES PROVINCIALES



Con el objetivo de reflexionar acerca de la actual situación del proyecto de Eurocidade Salvaterra-Monçao, la Cámara de Comercio de Vigo celebró el pasado 10 de julio un panel empresarial transfronterizo, al que acudieron casi una veintena instituciones y asociaciones provinciales.

En el encuentro, celebrado en las Cuevas de Doña Urraca, se trataron, además, otros temas como la exitosa experiencia de la Eurocidade Verín-Chaves, el empleo transfronterizo, así como las propuestas de acción para dinamizar el área de influencia Salvaterra – Monçao, con motivo del reciente acuerdo de colaboración transfronteriza entre las asociaciones de dichos municipios.

Salvaterra-Monçao está dando sus primeros pasos en la creación de la Eurocidade, y aunque a lo largo de los últimos años ya han realizado de manera conjunta diversas actividades turísticas y culturales, los actores involucrados buscan dar un paso más en su buena relación para convertirse en una Eurocidade. Por otro lado, las asociaciones de Salvaterra y Monçao han firmado recientemente un protocolo de colaboración para llevar a cabo acciones de manera conjunta. En este sentido, y teniendo como ejemplo la Eurocidade de Verín-Chaves, durante el encuentro se analizaron diferentes aspectos de esta alianza como los servicios, equipamientos deportivos, culturales y turísticos, (economía de escala); las formas de gestión que revalorizan la zona o el idioma como ventaja competitiva.



CÁMARA DE COMERCIO Y ZONA FRANCA DE VIGO APUESTAN POR MERCADOS EMERGENTES PARA LAS NUEVAS ACCIONES DE PROMOCIÓN EXTERIOR

LAS CÁMARAS IMPONEN LA MEDALLA DE ORO DE LA ORDEN DE LAS CÁMARAS A LOS DIPUTADOS Y SENADORES, QUE PARTICIPARON EN LA ELABORACIÓN Y APROBACIÓN DE LA NUEVA NORMATIVA



La Directora de Explotación Inmobiliaria de la Zona Franca, Débora Ramonde, y el Gerente de la Cámara de Comercio de Vigo, José Manuel García, presentaron recientemente la segunda parte del convenio que ambas instituciones firmaron a principios de este ejercicio y que suponía la organización de 13 acciones, incluyendo misiones comerciales, participaciones en feria, encuentros empresariales y misiones inversas. Para el segundo semestre del año, y parte de 2015, Cámara de Vigo y Zona Franca con-

templán la organización de 5 acciones a países emergentes, con el objetivo de potenciar nuevos mercados, muy diferentes a aquellos en los que nuestras empresas ya están presentes. Irán, India, Países Bálticos, Filipinas, Indonesia, Namibia y Sudáfrica son los destinos propuestos en esta ocasión.

Después de escuchar las necesidades de las pymes, y para la elaboración de este listado, los técnicos de ambas instituciones han tenido en cuenta diferen-

tes criterios. En primer lugar, se han contemplado las posibilidades que ofrecían estos mercados y su potencialidad como destino de las exportaciones. Y en este sentido, cada uno de ellos se justifica por los siguientes aspectos:

- **Irán:** han desaparecido las barreras comerciales y de embargo de pagos.
- **India:** el país tiene más 1.200 millones de población y creciente clase media.
- **Países Bálticos:** son un puente con Rusia y su esfera de influencia.
- **Filipinas-Indonesia:** ambos países tienen un importante volumen de población y elevadas tasas de crecimiento.
- **Namibia-Sudáfrica:** en la actualidad ya existen relaciones fluidas de importación.

En segundo lugar, se ha tenido en cuenta su carácter estratégico, con el objetivo de que las acciones se dirijan a zonas geográficas en las que la presencia de nuestras empresas todavía es muy reducida.

Y finalmente, el calendario se ha elaborado sin olvidar la oferta de acciones de promoción de otros organismos y entidades, para evitar duplicidades.

Por otro lado, cabe destacar que esta propuesta ha sido diseñada para realizarse junto con otras acciones de preparación y formación con los mercados elegidos, de tal manera que las empresas interesadas reciban una completa información sobre el país, y en algunos casos, la experiencia previa de otras firmas.

El calendario de promoción exterior que ambas instituciones proponen para el segundo semestre del año, y parte de 2015, forma parte del resto de la oferta de acciones promocionales que ambas instituciones programaron con el objetivo de ayudar a nuestras empresas a salir al exterior. En este sentido, las acciones están orientadas a PYMES potencial-

mente exportadoras y/o exportadoras, o que deseen consolidar sus departamentos de comercio exterior, abrir mercados en el exterior o utilizar cualquiera de los instrumentos contemplados en el detalle como herramienta para aumentar o consolidar sus ventas en el mercado en cuestión.

Además, y tras el periodo estival, la Cámara de Vigo y Zona Franca organizarán las siguientes acciones:

- Jornada práctica sobre acceso a licitaciones financieras por el Banco Europeo de Reconstrucción y Desarrollo (BERD), los días 17 y 18 de septiembre de 2014.
- Misión inversa en la feria Conxemar (IFEVI, Vigo), del 7 al 9 de octubre de 2014 .
- Participación en la Feria Sapuraiya (México), del 3 al 8 de noviembre de 2014.
- Encuentro empresarial en la feria Saefex Dubai 2014: del 9 al 11 de noviembre de 2014.

El convenio se enmarca un vez más en el programa de acciones complementarias de iniciación del Consejo Superior de Cámaras de Comercio de España.

Se trata de fondos europeos que se gestionan a través de las Cámaras de Comercio, en concreto fondos FEDER, dirigidos específicamente a la promoción exterior de las PYMES. En este sentido, las empresas pueden ver sufragados ciertos gastos de hasta el 80% en las acciones previstas para este convenio, que son tres y que a continuación se detallan.

Así la aportación que realiza la Cámara de Vigo a través de estos fondos asciende al 64%, la aportación del Consorcio de la Zona Franca de Vigo es del 16% y el 20% restante correría a cargo de las empresas participantes.



- MISIÓN COMERCIAL A IRÁN. DEL 30 DE NOVIEMBRE AL 4 DE DICIEMBRE DE 2014. PLURISECTORIAL

La república de Irán, con casi 80 millones de habitantes, representa el principal país, por tamaño y posición de la región de medio oriente. Antes de la etapa de bloqueo comercial fruto de las sanciones de Naciones Unidas, existieron relaciones comerciales relativamente activas, centradas en los sectores del automóvil (existen diversas plantas de producción en el país licenciadas por marcas europeas), suministros industriales y productos del mar. El reciente levantamiento de algunas de las sanciones y restricciones económicas permite pensar en las enormes posibilidades de un país con enormes fondos procedentes de la venta del petróleo, inmovilizados a causa del bloqueo.

De acuerdo con lo expuesto, los sectores prioritarios en este caso, serán el automóvil y la maquinaria y suministros industriales, aunque también está abierto a otros sectores como el alimentario y químico.

- MISIÓN COMERCIAL A INDIA. DEL 8 AL 12 DE DICIEMBRE DE 2014. PLURISECTORIAL.

India es uno de los mayores mercados del mundo con una población que se acerca a los 1.200 millones de habitantes, con una clase media creciente e importador de todo tipo de productos. A pesar de su carácter de país marcadamente proteccionista, es progresivamente más accesible y, sin embargo, es poco atendido por las empresas gallegas. Existe, además, una estrategia nacional definida para la renovación total de la flota mercante de cabotaje y de transporte de pasajeros. Por ello se considerará como prioritario el sector naval, junto a las empresas de suministros industriales en general, alimentario y TIC.

- MISIÓN COMERCIAL A ESTONIA, LETONIA Y LITUANIA. PRIMER TRIMESTRE DE 2015. PLURISECTORIAL.

Las Repúblicas Bálticas como países miembros de la Unión Europea, junto a su situación geográfica y sus relaciones culturales e históricas, los convierten



<p> <u>30/ NOV.</u> <u>04/ DIC.</u> <u>2014</u> <u>IRÁN</u></p>	<p> <u>08/ DIC.</u> <u>12/ DIC.</u> <u>2014</u> <u>INDIA</u></p>	<p> <u>1º TRIMESTRE</u> <u>2015</u> <u>ESTONIA</u> <u>LETONIA &</u> <u>LITUANIA</u></p>
--	---	--

<p> <u>1º TRIMESTRE</u> <u>2015</u> <u>FILIPINAS &</u> <u>INDONESIA</u></p>	<p> <u>1º TRIMESTRE</u> <u>2015</u> <u>NAMIBIA &</u> <u>SUDÁFRICA</u></p>
--	--

en una magnífica puerta de entrada en los mercados ruso y bielorruso. Además, existe una creciente relación comercial bien fundamentada en el mercado de los elaborados y derivados de productos del mar y suponen un objetivo para las empresas de varios otros sectores. Para este mercado se considerarían como preferentes los sectores de productos del mar, maquinaria de procesamiento de productos del mar, alimentario, textil y materiales de construcción.

- MISIÓN COMERCIAL A FILIPINAS E INDONESIA. PRIMER TRIMESTRE DE 2015. PLURISECTORIAL

Indonesia es, con sus 240 millones de habitantes, el tercer país de Asia, por población. Concentra una enorme actividad económica en la isla de Java y en torno a su capital, Yakarta, y crece a un ritmo muy elevado, especialmente en los sectores industriales. Por su parte, Filipinas, con una población de más de 92 millones, es otro de los países clave de la región. Su economía presenta un importante grado de apertura. El largo período de administración colonial española hace que exista una afinidad cultural innegable, mientras que el dominio estadounidense se ha traducido en una mentalidad práctica en lo que se refiere al mundo de los negocios y a una seguridad jurídica

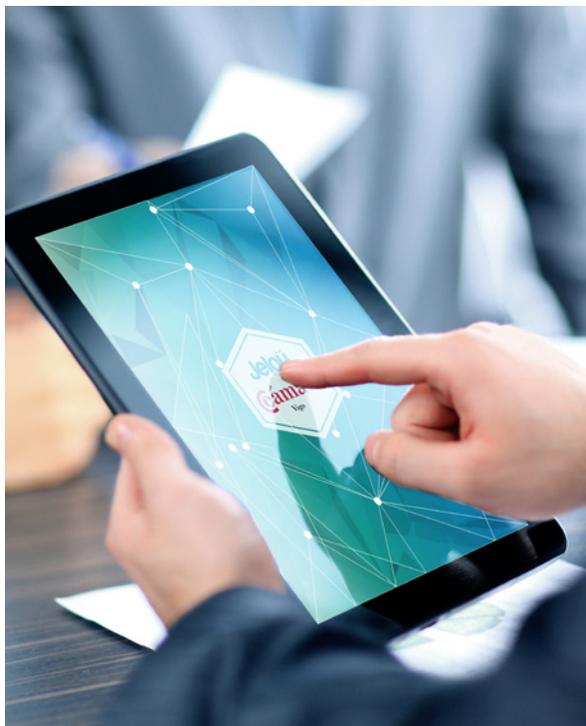
superior a la de otros países de la región. Con una economía que crece de manera sostenida, representa un importante cliente potencial, con una economía activa y accesible. Alimentación y maquinaria para su industria, TIC, productos químicos, textil y bienes de consumo serían los sectores prioritarios.

-MISIÓN COMERCIAL A NAMIBIA Y SUDÁFRICA. PRIMER TRIMESTRE DE 2015. PLURISECTORIAL

A pesar de su pequeño tamaño, en lo que se refiere a la población, Namibia se trata de un país en el que muchas empresas de nuestra área tienen importantes intereses y que, gracias a los ingresos de pesca y diamantes es un importante comprador de suministros de todo tipo. Las diversas empresas pesqueras locales y de transformados de productos pesqueros son clientes cuya relevancia crece año tras año. Suministros pesqueros, maquinaria de procesamiento de productos de la pesca y suministros industriales para la minería resultan ser, en este caso, los principales objetivos. Empresas de los mismos sectores pueden estar interesadas en el mercado de la República de Sudáfrica, vecina de Namibia, con una mayor población y capacidad de compra.

JELOÜ COMUNICACIÓN

“Estamos en un momento muy bueno si tienes una idea, pero hay que trabajar mucho para que esa idea funcione”



EUGENIO SÁNCHEZ

Su lema es, “Si piensas diferente, piensa en Jeloü”. ¿Dónde está esa diferencia?

Creo que la diferencia radica en el propio cliente, de cómo se le hace sentir respecto a las necesidades de su empresa. Me gusta trabajar con el cliente casi codo con codo, hacerlo participe de cada campaña, que se sienta como una parte importante de cada creatividad, diseño o comunicación. Ésta ha de ser mutua porque me gusta que el cliente vea que trabajar con Jeloü no es simplemente una relación entre empresas, sino que se busca dar un paso más allá, ya que nos involucramos con esa empresa, muchas veces en nuestra contra, intentando hacer un poco mejor cada trabajo en contra de nuestro presupuesto.

Dicen que la creatividad funciona de una forma misteriosa y a menudo paradójica. ¿Es su gran baza a la hora de trabajar en un mercado altamente competitivo?

La creatividad es algo que funciona a su antojo pero que se puede llegar a entrenar ya que todos tenemos nuestras pequeñas reglas para acudir a ella como cierta música que sabemos que nos ayuda a concentrarnos, ciertas horas del día en las que trabajamos mejor o ciertas rutinas como parar a tomar un café para volver al trabajo con otras ganas, etc... Mi baza, como comentaba antes, es la relación con el cliente y sobre todo, aunque parezca una obviedad, que el cliente quede realmente satisfecho con cada trabajo, y el trabajo bien hecho. Vivimos momentos en los que conseguir o mantener un cliente es realmente complicado debido a la gran competencia que existe, a un sistema tan globalizado y a los constantes cambios del mercado.

¿Cómo nace la empresa?

Jeloü Comunicación nace más como una necesidad personal que laboral. Los últimos años profesionales los pasé entre el medio audiovisual y el publicitario y llegó un momento en el que las ganas de hacer cosas distintas pudieron más que la “tranquilidad” y estabilidad de un puesto de trabajo así que dejé mi trabajo y me lancé a la aventura.

¿Quiénes son sus principales clientes?

Ahora mismo pymes que necesitan un trato preferencial, que quieren una respuesta inmediata a cualquier necesidad que les surja, como si fuese un departamento interno dentro de su propia empresa y que conozca en cada momento ajustarse a sus necesidades, tanto en comunicación, diseño y marketing.

“Me gusta trabajar con el cliente codo con codo: que participe activamente en cada campaña, que se sienta como una parte importante de cada creatividad, diseño o comunicación”

Con la crisis, muchas empresas optaron por reducir la inversión precisamente en comunicación y marketing. ¿Son conscientes del error cometido y de la gran importancia que tienen estos departamentos?

Hay ciertos rangos empresariales en los que en momentos duros siempre tensan la cuerda hacia el mismo sitio, ya sea comunicación, publicidad, marketing, etc... No seré yo el que juzgue como han acabado esas empresas ya que sí cierras la puerta de tu casa para que no te vean, obviamente tu público pierde tu presencia y con ello a fuerza bajan tus ventas. Otra versión de la historia son las empresas que han cerrado o reducido sus presupuestos para marketing o comunicación pero ha recurrido a profesionales y empresas externas.

Este ha sido el caso seguido muchas empresas que derivado parte de ese trabajo y otros como recursos humanos y demás en empresas externas con lo que apenas han notado un cambio en la filosofía del trabajo pero no en el resultado final y con una clara ventaja presupuestaria obviamente. Por ejemplo, si sólo necesito un coche dos días al mes que es más lógico, comprarlo o recurrir a un alquiler. En el primer caso tenemos el valor de la compra del coche, el seguro obligatorio, impuestos, garaje, etc... En el segundo caso, el valor del alquiler de dos días. ¿Qué modelo es más óptimo? Para muchas empresas hoy en día es el segundo. Las crisis dicen que son un campo sembrado de oportunidades y este es uno en el que Jeloü ha nacido y en el que está creciendo, con

“La creatividad es algo que funciona a su antojo pero que se puede llegar a entrenar ya que todos tenemos nuestras pequeñas reglas para acudir a ella”

la ventaja de que muchos empresarios han aprendido la lección y se encuentran cómodos con este nuevo sistema de trabajo.

Los comienzos, a menudo, no son fáciles. ¿Qué dificultades encontró a la hora de poner en marcha Jeloü Comunicación?

Desde mi experiencia, apuntaría a la desinformación que existe respecto a ciertos temas y a lo largo que son algunos plazos.

¿Qué recomendación le daría a los emprendedores que desean poner en marcha su negocio?

Pensar, analizar, estudiar, revisar, y volver a pensar. Tener muy claro quién va ser tu cliente, qué le vas a ofrecer, qué va a hacer que te llamen a ti y no a otro. Hacer un estudio sincero de la situación y del mercado y dejarse asesorar. Estamos en un momento muy bueno si tienes una idea, pero hay que trabajar mucho para q esa idea funcione.

¿Cómo valora su experiencia en el Vivero de la Cámara de Vigo?

Imprescindible. Sin el vivero de la Cámara de Comercio de Vigo hoy no existiría Jeloü Comunicación. En primer lugar, por poder disponer de un espacio de trabajo, y en segundo lugar, por la ayuda de muchos departamentos de la Cámara. Por otro lado, es importantísima la relación con otras personas que están en mi misma situación, y con los que puedes compartir situaciones por las que ya han pasado y te dan soluciones u opciones. Y también es importante poder contactar con empresas que prestan servicios en áreas que necesitas y que tienes puerta con puerta.



DATOS

Despacho 6
986 120 209
www.jeloucomunicacion.com

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

Cámara
Vigo

DESPACHO 1
IMENER GALICIA-SUR
986 120 029

DESPACHO 2
GLOBALINGUA
986 120 208

DESPACHO 3
REDPIPE SOLUTIONS
986 120 206

DESPACHO 4
UNIMATE ROBOTICA
986 902 988

DESPACHO 5
ADENTRA
986 120 027

DESPACHO 6
JELOU COMUNICACION
986 120 209

DESPACHO 7
SEACOM
986 120 136

DESPACHO 8
TERRAMINIUM
986 120 143

DESPACHO 9
GADEPRO
986 120 204

DESPACHO 10
VP HABITAT
986 120 107

DESPACHO 11
PREVENTECNIA
986 120 342

DESPACHO 12
NOGUEIRA Y ARAUJO
886 131 244

DESPACHO 13
KUKICHA DESIGN
986 120 344

DESPACHO 14
JFL IMPLANTS
986 120 207

DESPACHO 15
GALIAUGA, MAN Y REP
986 120 130

DESPACHO 16
VIDAHORA
986 120 134

DESPACHO 17
ANUBIA
986 120 026

DESPACHO 19
AQUASERVE
986 120 145

DESPACHO 20
A MAIS SOLUCIONES
986 120 121