



LA CÁMARA DE COMERCIO DE VIGO PONE EN MARCHA EL PLAN DE DESARROLLO TECNOLÓGICO TICCÁMARAS

> COMERCIO EXTERIOR

EUROFISH 2014 será el Encuentro Internacional de la Pesca en la XVI edición de Conxemar

> COMERCIO INTERIOR

Los empresarios vigueses conocen el nuevo programa para potenciar la transmisión generacional y la innovación del sector

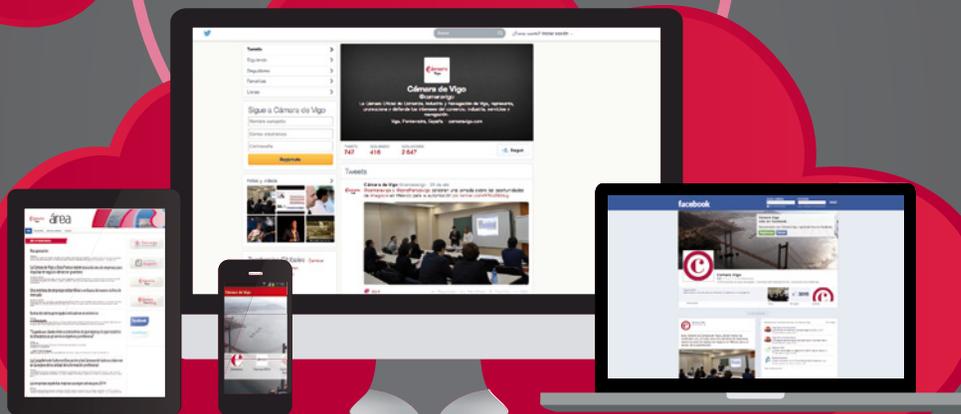
> NOTICIAS

Francisco Conde aborda con los presidentes camerales el diseño de la nueva ley autonómica

DONDE QUIERAS... COMO QUIERAS...

VISÍTANOS
www.camaravigo.com

SÍGUENOS



DESCÁRGATE
NUESTRA
APP GRATUITA



Available on the iPhone

App Store



Google play

Cámara
Vigo

MÁS MEDIDAS

En las últimas semanas, Mario Draghi, Presidente del Banco Central Europeo, ha hecho honor a sus reiterados anuncios de posibles medidas de política monetaria aumentando la liquidez para hacer frente al reiteradamente anunciado riesgo de recesión y deflación que, cuando se dan conjuntamente, los expertos califican como estanflación.

La zona Euro sigue siendo uno de los principales focos de inestabilidad económica a nivel mundial. Los síntomas de su enfermedad son claros. Las principales economías de este heterogéneo conglomerado registran un crecimiento débil, que en algunos casos es claro retroceso, muchas de ellas padecen un déficit que se resiste a las medidas de los gobiernos para paliarlo, y buena parte de los países acumulan cifras astronómicas de deuda pública, y privada.

La competitividad internacional de la zona Euro decrece claramente. Uno de los factores clave en esta situación es el tipo de cambio del Euro. A pesar de las medidas adoptadas por el Banco Central Europeo, que deberían actuar reduciendo la apreciación relativa de la moneda en los mercados internacionales como consecuencia de los decrecientes tipos de intervención, el Euro sigue siendo una moneda muy cara frente al dólar, la libra o el yen. Esto reduce la factura energética de una Europa apenas sin fuentes de energía propias, pero también hace caer la competitividad de nuestras exportaciones, que se ven muy perjudicadas por esta situación.

Los mecanismos por los que el Euro continúa siendo una moneda probablemente sobreapreciada son inevitablemente complejos y constituyen el objeto de discusión de los expertos. Cabe destacar que la propia heterogeneidad de los países de la Eurozona, que reúne economías fuertemente excedentarias, como Alemania, con otras sujetas a rescate, contribuye a mantener el valor relativo de la moneda común.

Pero el principal problema global de la zona Euro es el enorme volumen de deuda acumulada. En consecuencia, encontrar mecanismos para reducirla debe ser prioridad absoluta. Para reducir esa deuda es necesario generar excedentes y ello está vinculado, inexcusablemente, a la mejora de nuestras balanzas comerciales, que no será posible sin una clara mejora de la competitividad de las exportaciones de los países que componen la eurozona.

Para esto no es suficiente con aumentar la liquidez y perseguir la reactivación económica estimulando el crédito. Para que las actividades económicas sean viables y tengan acceso a ese crédito, deben ser competitivas. Es necesario, en nuestra opinión, adoptar medidas más dirigidas específicamente a conseguir reposicionar el Euro en los mercados internacionales, de modo que recuperemos, siquiera en parte, la competitividad perdida en un mundo que, en lo comercial, es global.

PROGRAMA SEPTIEMBRE- OCTUBRE 2014



CURSOS GENERALES

> 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

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.

> **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

**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





INFORMÁTICA Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

> 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

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

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.



VIGO ACOGE UNA JORNADA SOBRE EL ACCESO A LICITACIONES FINANCIADAS POR EL BANCO EUROPEO DE RECONSTRUCCIÓN Y DESARROLLO

LOS ASISTENTES MANTUVIERON ENCUENTROS INDIVIDUALES CON UN ESPECIALISTA SENIOR DEL BERD



La contratación pública es primordial dentro de los objetivos de los bancos de fomento para un uso eficiente de los fondos públicos, lo que contribuye al fortalecimiento institucional, la gestión empresarial y la creación de capacidad interna. Con esta premisa, el Consorcio de la Zona Franca y la Cámara de Comercio de Vigo organizaron el pasado 17 de septiembre la jornada práctica sobre el "Acceso a las Licitaciones Financiadas por el Banco Europeo de Desarrollo (BERD)". Mr. Veljko Sikirica, especialista senior del BERD, se desplazó a Vigo para impartir este taller, que tuvo tres objetivos principales:

- 1.- Informar sobre las Políticas de Adquisiciones del Banco.
- 2.- Promover y comprender por qué las políticas son importantes para los clientes de los bancos, contratistas, proveedores y consultores.
- 3.- Identificar las principales cuestiones relativas a la contratación durante la ejecución del proyecto en la vida real.

La jornada, además, perseguía aumentar el interés y la participación de la comunidad de negocios con

el fin de velar por la competencia de calidad en los proyectos en el Sector Público. La entidad financiera se mostró interesada, por un lado, en el fortalecimiento y desarrollo de la capacidad de sus clientes para realizar sus compras con eficacia y transparencia; y por otro, en atraer al sector privado a participar y competir por el negocio generado a partir de los proyectos financiados por el BERD. El Banco Europeo de Reconstrucción y Desarrollo hace especial hincapié en la creación de capacidades en las empresas de todos los países miembros.

La charla se centró en las políticas y reglas de la contratación pública del Banco (PP & R), y en proyectos financiados por el BERD en el sector público. El programa se compuso de ocho módulos sobre temas que son frecuentemente consultados por los organismos ejecutores y/o comunidad empresarial, o que están sujetos a reclamaciones. Las presentaciones se combinaron con estudios de casos y sesiones de preguntas y respuestas. Finalmente, el BERD ofreció a los asistentes a este seminario la oportunidad de mantener, al día siguiente, una reunión individual de 15 minutos con Mr. Veljko Sikirica.



EUROFISH 2014 SERÁ EL ENCUENTRO INTERNACIONAL DE LA PESCA EN LA XVI EDICIÓN DE CONXEMAR

LA CÁMARA DE COMERCIO DE VIGO Y ZONA FRANCA ORGANIZAN ESTA CITA QUE BUSCA PROMOVER Y FACILITAR LAS RELACIONES BILATERALES ENTRE EMPRESAS GALLEGAS Y OTRAS DE DIFERENTES REGIONES DE INTERÉS COMERCIAL



La XVI edición de Conxemar, que abrirá sus puertas del 7 al 9 de octubre en Vigo, contará con la celebración del EUROFISH 2014, el Encuentro Internacional de la Pesca, organizado por la Cámara de Comercio de Vigo y, por primera vez, por Zona Franca, como misión comercial inversa, dentro de su calendario de acciones para el fomento de la promoción exterior.

A la cita empresarial de este año acudirán casi una treintena de empresas gallegas, y 18 firmas extranjeras.

El objetivo de este encuentro no es otro que promover las y facilitar las relaciones bilaterales entre nuestras empresas y otras de diferentes regiones de interés comercial.

No en vano, la elección de los países objeto de esta actuación se ha realizado teniendo en cuenta diferentes factores, tales como el interés de las empresas gallegas de productos pesqueros en mercados exteriores para operaciones de exportación, la población, el nivel de consumo de productos del mar o el poder adquisitivo.

Con la experiencia de nueve años al frente de este Encuentro Empresarial, la organización tiene el perfil más común de empresa extranjera que acude a este encuentro: firmar importadora o distribuidora de productos pesqueros que busca un socio comercial gallego (una situación que abre mercado de exportación a las empresas gallegas participantes).

En esta edición las empresas extranjeras participantes provienen de Alemania, Austria, Francia, Países Bajos, Polonia, República Checa, Bielorrusia, EE.UU y México.

Los días 7 y 8 de octubre el programa contempla más de 300 reuniones empresariales en el espacio que Eurofish dispondrá en el Instituto Ferial de Vigo, ubicado en el hall del mismo.

Para la última jornada de la feria, la Cámara de Comercio de Vigo y Zona Franca han programado una visita al Puerto de Vigo, ya que se trata del principal puerto pesquero de Europa y un importante atractivo de negocio para las mismas.



SITUACIÓN DEL SECTOR PESQUERO GALICIA & ESPAÑA



ESPAÑA

España es una de las grandes potencias pesqueras del entorno europeo. La flota española se compone de cerca de 11.000 embarcaciones, que suponen cerca del 12.9% del total de la flota europea. También realiza cerca del 15,2 % de las capturas de la Unión Europea, quedando solamente por detrás de Dinamarca en volumen de pesca. Las capturas españolas se destinan, en menor medida, a producción industrial de harinas de pescado y otros preparados, por lo que en valor sus capturas son mayores.

En términos de dimensión económica, la pesca aporta el 0,5% del PIB total, y los buques pesqueros dan empleo directo a unos 74.798 tripulantes. A estas cifras hay que sumar los trabajadores de marisqueo, acuicultura e industrias relacionadas, por lo que la cifra de empleos dependientes es muy superior. Cabe destacar que España es el país europeo con más empleos en el sector pesquero. La industria más importante del sector pesquero español es la

de transformación. En 2009, el importe neto de cifra de negocio del procesado de pescado, crustáceos y moluscos ascendió a 4.112 millones de euros. Esta industria crea una necesidad de abastecimiento de materia prima que no llegan a cubrir las capturas, lo que convierte a España en el primer importador de pescado de la Unión Europea y productos pesqueros. Las especies más importadas son la merluza, el calamar y los filetes de panga.

El mercado español está altamente diversificado, y se comercializan las siguientes líneas de productos:

- Pescado fresco, que incluyen los desembarques de la flota española que no son adquiridos como materia prima para la industria de transformación, el pescado fresco transformado y las importaciones.
- Pescado congelado, contabiliza los desembarques de la flota congeladora española, los transformados congelados en planta y las importaciones.
- Pescado preparado o en conserva que contabiliza la producción de la industria conservera y de preparados española y las importaciones.
- Producción de la acuicultura.
- Otros productos.



GALICIA

Galicia aglutina, en términos de empleo, el 51,4% del sector de la pesca español (sin incluir la acuicultura marina) y su peso es aún mayor en la pesca artesanal (incluido el marisqueo), en la que representa el 57,8%. En total, la pesca da empleo a unas 24.000 personas y 12.650 de ellas trabajan en la pesca artesanal. Se estima que por cada empleo que se genera en el mar, se crean 4 en tierra, un dato que puede darnos una idea de la importancia del sector de transformación y conservero en Galicia. Este sector contribuye al PIB en un 2,8% y genera el 6,5% del empleo industrial de la comunidad. Galicia cuenta con 65 factorías que se dedican al sector conservero de productos del mar, generando 11.950 puestos de trabajo. Así las cosas, se trata de la primera zona productora de la Unión Europea y la segunda del mundo, después de Tailandia. Durante el año 2011 el valor de la producción ascendió a 1.187 millones de euros. Por volumen, los túnidos son el principal producto elaborado, representando casi el 68% del total, seguido de las sardinillas/sardinas con el 7,63%, otras conservas el 7,75% y la caballa 4,64%. Las descargas

de pescado, tanto fresco como congelado, no dejan de crecer en los puertos gallegos, especialmente en el de Vigo, que es el puerto europeo de mayor movimiento de pescado. Pontevedra es la provincia con mayor capacidad frigorífica, y por lo tanto lidera la venta de productos pesqueros congelados.

La acuicultura extensiva está ampliamente implantada en Galicia con más de 3.350 bateas y 1.100 viveros. La mayor parte de la producción corresponde a mejillón y almeja. Los viveros centran su producción en rodaballo, en Galicia se produce la mitad del que se cultiva en el mundo. Otras especies son salmón, lenguado, dorada, lubina e incluso pulpo.

Galicia exporta el 81% en volumen de productos pesqueros españoles, siendo Pontevedra y A Coruña las dos primeras provincias españolas en comercializar estos productos al exterior, el 90% de estas exportaciones se dirigen a la Unión Europea. El producto que más se exporta son las conservas y preparados de pescado y marisco, aproximadamente un 28% sobre el total de productos.

LA CÁMARA DE COMERCIO DE VIGO PONE EN MARCHA EL PLAN DE DESARROLLO TECNOLÓGICO TICCÁMARAS

EL PROGRAMA TIENE COMO OBJETIVO IMPULSAR LA INCORPORACIÓN SISTEMÁTICA DE LAS TIC A LA ACTIVIDAD HABITUAL DE LAS PYMES, ASÍ COMO MAXIMIZAR LAS OPORTUNIDADES QUE OFRECEN PARA MEJORAR SU PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD

Cámaras
**PLAN DE
 DESARROLLO
 TECNOLÓGICO**



Las **Cámaras de Comercio** ponen a tu disposición las **ayudas de la Unión Europea** para poner al día tu empresa o negocio en Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Solicita ya el asesoramiento profesional y el diagnóstico experto de nuestros técnicos.

Conéctate al presente

¿Cómo funciona?

01 Solicitud

¿Necesitas aumentar tus ingresos y reducir tus costes? Las TIC pueden ayudarte. Acude a tu Cámara de Comercio: un asesor profesional estará esperándote.

02 Análisis de necesidades

Nuestros técnicos realizarán un análisis de tu nivel actual de aprovechamiento de las TIC y te harán recomendaciones estratégicas para mejorar tu empresa o tu negocio mediante las nuevas tecnologías.

03 Implantación

Disponemos de una amplia red de proveedores. Tú eliges cuál se encargará del proyecto. Las Cámaras de Comercio tramitarán las ayudas.

La Cámara de Comercio de Vigo pone en marcha el Plan de Desarrollo Tecnológico – TICCámaras, una iniciativa en que se celebra en el marco del Programa Operativo de ámbito nacional “Investigación, Desarrollo e Innovación por y para las Empresas – Fondo Tecnológico”, cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER). El programa, en colaboración con el Consejo Superior de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España, tiene como objetivo impulsar la incorporación sistemática de las TIC a la actividad habitual de las pymes, como herramientas competitivas claves en su estrategia,

así como maximizar las oportunidades que ofrecen para mejorar su productividad y competitividad. Para ello, potenciará la adopción, por parte de éstas, de metodologías que permitan incorporar las TIC de modo sistemático a su actividad empresarial habitual. Se trata, en definitiva, de contribuir a la mejora de la competitividad de las PYME, microempresas y autónomos, mediante la adopción de una cultura, uso y aprovechamiento permanente de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en sus estrategias empresariales, para lograr un crecimiento económico sostenido.

TICCámaras se caracteriza por ser un programa orientado específicamente a las necesidades de las empresas destinatarias, mediante el desarrollo de una metodología mixta de diagnóstico, apoyo en el proceso de implantación de soluciones y difusión del conocimiento. El Programa se materializa a través de las siguientes acciones de apoyo directo:

- Fase I: Diagnóstico Asistido de TIC. En esta fase, se incluye un sistema de diagnóstico asistido y personalizado. Consiste en la realización de un análisis exhaustivo del nivel de digitalización de la empresa que permite conocer el esquema y situación del nivel de competitividad de la misma en su entorno económico y de mercado así como identificar sus necesidades tecnológicas (alineadas con sus necesidades estratégicas y operativas). En base a estas necesidades y a la identificación de las áreas estratégicas donde las TIC pueden convertirse en oportunidades de mejora de la competitividad, tanto a nivel interno (procesos, información y personas), como a nivel externo (relaciones con clientes, proveedores y colaboradores), se realizará una serie de recomendaciones de implantación de soluciones pertenecientes a las tres líneas de actuación que contempla el Programa.

- Utilización de las TIC para la mejora de la competitividad: herramientas de productividad, ERP, CRM... con clara orientación a la nube (cloud computing).
- Comercio Electrónico
- Marketing Digital: SEO, SEM, email marketing, analítica web, social media, reputación online, aplicacio-

nes móviles o cualquier otra herramienta, buena práctica o tendencia tecnológica que aparezca en el mercado.

Para la ejecución de esta fase, que no supone ningún desembolso para las empresas, la Cámara de Comercio de Vigo cuenta con asesores tecnológicos especializados y formados en la metodología del programa, que dinamizarán y apoyarán el desarrollo del mismo y serán el referente o soporte de las empresas destinatarias a nivel local. Una vez concluido el diagnóstico se continuará con la elaboración de un Informe de Recomendaciones y de uno o varios Documentos de Definición de Proyecto, que servirán como base para la solicitud de ofertas a proveedores y la elaboración del Plan Personalizado de Implantación (Fase II).

- Fase II: Implantación. Tras su participación en la primera fase del Plan, y una vez que la empresa cuenta con el diagnóstico y el correspondiente Plan Personalizado de Implantación consensuado, las empresas que se encuentren interesadas en avanzar en el proceso iniciarán una segunda fase en la que, proveedores registrados, externos a las Cámaras, realizarán la implantación de las soluciones que las empresas beneficiarias deseen implantar, recogidas en el Plan Personalizado de Implantación. Las empresas que lleguen a esta fase serán subvencionadas con el 80% de los gastos e inversiones necesarios para su puestas en marcha.



LOS COMERCIANTES VIGUESES CONOCEN EL NUEVO PROGRAMA PARA POTENCIAR LA TRANSMISIÓN GENERACIONAL Y LA INNOVACIÓN DEL SECTOR

LA CÁMARA DE COMERCIO DE VIGO COLABORA CON UN SISTEMA DE ASESORAMIENTO ESPECÍFICO CENTRADO EN EL EMPRENDIMIENTO, EL COMERCIO ELECTRÓNICO, LAS REDES SOCIALES O LA MEJORA EN EL PUNTO DE VENTA



La directora general de Comercio, Sol Vázquez Abeal, presentó recientemente en una jornada celebrada en la Cámara de Comercio de Vigo el primer programa de renovación del tejido comercial puesto en marcha por la Consellería de Economía e Industria, que impulsa con 3 millones de euros la transmisión generacional y la puesta en marcha de iniciativas innovadoras en el sector, potenciando la adaptación del comercio de cercanías gallego a las nuevas demandas de los consumidores y mejorando su competitividad al tiempo que se garantiza la continuidad del saber hacer, la calidad y la profesionalidad que lo caracterizan. Esta iniciativa gira en torno a tres ejes específicos: el apoyo a la remuda comercial, el impulso a la modernización de la gestión y de los sistemas de comercialización, y el asesoramiento especializado. Tal y como destacó Sol Vázquez, que estuvo acompañada por el presidente de la Cámara viguesa, José García Costas, el primero de los ámbitos en los que incide este nuevo programa es la transmisión comercial, apoyando la continuidad de aquellos negocios que vienen funcionando desde hace años al tiempo que se incentiva a los emprendedores que

quieren iniciar su andadura comercial en un negocio ya consolidado en el sector y viable. Por otra parte, en el campo de la innovación, se ha activado una orden de ayudas destinadas a comerciantes retailistas y federaciones del sector, así como a titulares de talleres artesanales y asociaciones profesionales de artesanos. Así los comercios y las empresas artesanas pueden obtener ayudas para la puesta en marcha de nuevos sistemas de comercialización e información al consumidor que combinen el comercio on line y el off line o que impliquen la utilización de las redes sociales para la venta. También para la implantación de herramientas que mejoren la gestión del negocio y el diseño de sus productos que no fueran utilizadas con anterioridad; y para el desarrollo e implantación de nuevos sistemas de packaging y etiquetado. El programa de renovación del tejido comercial gallego se complementa con un sistema de asesoramiento específico centrado en ámbitos como el emprendimiento, la remuda generacional, el comercio electrónico y las redes sociales o la mejora del punto de venta, en colaboración con las Cámaras de Comercio de Galicia.

FRANCISCO CONDE ABORDA CON LOS PRESIDENTES CAMERALES EL DISEÑO DE LA NUEVA LEY AUTONÓMICA

EL OBJETIVO ES CONFIGURAR ORGANISMOS EFICACES, AL SERVICIO DE LAS PYMES, Y QUE CONTRIBUYAN A LA INTERNACIONALIZACIÓN Y A LA MEJORA COMPETITIVA DE LA ECONOMÍA GALLEGA



El conselleiro de Economía e Industria de la Xunta de Galicia, Francisco Conde, mantuvo recientemente un encuentro con los presidentes de las Cámaras Oficiales de Comercio Industria y Navegación de Galicia con el objetivo de abordar el diseño de la nueva ley autonómica de las Cámaras en las que está trabajando el Gobierno gallego para adaptarla a las necesidades del tejido empresarial de la comunidad.

Conde destacó la importancia de la participación, tanto de las Cámaras como del empresariado gallego, en la redacción de una norma que, desde la unidad, debe desarrollar la nueva ley estatal que entró en vigor el pasado mes de abril. En este sentido, el Gobierno que preside Alberto Núñez Feijóo, invitó a las Cámaras a trasladar sus propuestas e inquietudes para llevar a cabo un texto consensuado.

Así las cosas, y según explicó el titular de Economía e Industria, la nueva ley gallega tiene como objetivo avanzar hacia un modelo cameral basado en la eficacia de las Cámaras al servicio de las empresas gallegas, especialmente de las pymes, y en su labor como instrumentos de impulso a la internacionalización y de la mejora de la competitividad de la economía gallega.

Conde apuntó, también, que el Gobierno gallego espera que la nueva norma suponga una oportunidad para valorar, desde la cooperación, las funciones y el trabajo desarrollado por las Cámaras de Comercio gallegas.

KUKICHA DESIGN

“Las características de Kukicha con respecto al diseño se centran en el estudio del mínimo detalle, de la estética cuidada y minimalista, de lo “kawai” (lindo) de las cosas cotidianas”



The logo for Kukicha Design features the word 'Kukicha' in a large, flowing, pink script font. Below it, the word 'design' is written in a smaller, blue, sans-serif font.

MARTA RODRÍGUEZ Y
HUMBERTO DOMÍNGUEZ

¿Cómo nace la empresa?

Fue como resultado de varias circunstancias: la crisis fue uno de los motivos de peso. La palabra crisis en japonés significa peligro y oportunidad, así que nos quedamos con la segunda parte. Por otra parte, ambos habíamos trabajado en distintas empresas del sector y queríamos crear algo diferente en todos los sentidos.

Su nombre, Kukicha, llama la atención. ¿De dónde viene?

Pues la verdad que es una anécdota graciosa: estuvimos varias semanas barajando diferentes posibilidades de nombres para nuestra marca y ninguno nos convencía. Resulta que somos fanáticos del té verde, y entre hora y hora de trabajo surgió; _ ¿Tomamos un té kukicha? La sonoridad y comicidad del nombre encajaba perfectamente con nuestra idea.

Cuentan en su blog que un viaje a Japón marca un antes y un

después dentro de su andadura profesional. ¿Qué huella tiene en su empresa?

No queremos parecer excesivos en cuanto a connotaciones niponas, pero es evidente la influencia que nos causó nuestra estancia en Japón. Las características de Kukicha con respecto al diseño se centran en particularidades observadas en este curioso país: en el estudio del mínimo detalle, de la estética cuidada y minimalista, de lo “kawai” (“lindo”) de las cosas cotidianas. Todo esto englobado en un contexto serio, responsable y metódico de trabajo.

¿Quiénes son sus principales clientes?

De momento pequeñas y medianas empresas. Según pasa el tiempo, observamos que cada vez somos más visibles y demandados. Es una gran alegría y motivación que finalmente el esfuerzo vaya dando sus frutos.

Tienen diferentes áreas de trabajo. ¿Cuáles son los servicios más demandados?

Nuestros servicios son diseño gráfico, packaging e ilustración, diseño web y marketing y community management. Y aunque hemos ido tocando todos los palos, entre los servicios más demandados está la imagen corporativa y la creación de webs.

Con tanta competencia como hay en el mercado,

“La palabra crisis en japonés significa peligro y oportunidad, así que nos quedamos con la segunda parte”



¿por qué elegir Kukicha, qué les hace diferentes?

Por un lado, como hemos comentado anteriormente, damos muchísima importancia al estudio del detalle, creando sistemas estéticos originales y creativos a un precio razonable. Además, estamos en continuo aprendizaje y atentos a las nuevas tendencias y modas en el panorama del diseño internacional. Pensamos que a nivel local y nacional, el diseño está bastante obsoleto y poco valorado. Por otro lado, en cuanto a la relación personal con los clientes, nos empapamos con la ilusión del proyecto de cada uno, y eso se transmite en el resultado final.

“El vivero de la Cámara es el empujón perfecto para que los emprendedores conviertan su proyecto empresarial en algo tangible”

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

Es evidente el mal momento económico que vivimos, así que la mayor dificultad que nos encontramos es el recorte presupuestario que la mayoría de las empresas aplican a la parte destinada a la comunicación y diseño.

¿Qué recomendación le daría a los emprendedores que desean hacer su sueño realidad?

Sobre todo mucha ilusión, pero también: paciencia, constancia... y mucho té (o café.)

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

En nuestro caso estamos muy satisfechos con los servicios que ofrece la Cámara de Vigo. Es el empujón perfecto para que los emprendedores conviertan su proyecto empresarial en algo tangible.



DATOS	<p>Despacho 13 www.kukicha.es Tfno.986 120 344</p>
--------------	---

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
AENTRA
986 120 027

DESPACHO 6
JELOÜ COMUNICACION
986 120 209

DESPACHO 7
MSC FRESH PIZZA
986 120 136

DESPACHO 8
TERRAMINIUM
986 120 143

DESPACHO 9
ESQUIU FORMACIÓN
886 131 244

DESPACHO 10
VP HABITAT
986 120 107

DESPACHO 11
PREVENTECNIA
986 120 342

DESPACHO 12
GALIAUGA
986 120 134

DESPACHO 13
KUKICHA DESIGN
986 120 344

DESPACHO 14
JFL IMPLANTS
986 120 207

DESPACHO 15
GADEPRO
986 120 204

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