

AÑO 8 N° 85 MARZO 2011

ÁREA

Cámara

Vigo

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

REPORTAJE

Programa Diversifica

Ayuda para las
auxiliares de automoción

Comercio exterior

Destino: Boston
Seafood Show

Ecored

Gestión de residuos
en las empresas

El turismo de cruceros es la modalidad de más rápido crecimiento en el mercado de viajes de placer



Una política energética

A lo largo de las últimas semanas asistimos, entre ilusionados y atemorizados, a la oleada de acontecimientos que, comenzando en Túnez, se ha extendido a numerosos países árabes. De una forma, al menos en apariencia, espontánea y acéfala, la población de varios países sale a la calle para reivindicar el fin de los autócratas (por no decir, en todos los casos, dictadores) que los gobiernan, y reclamando cambios radicales en el modo en el que el estado se gobierna. No sabemos bien -probablemente no lo sepan ellos mismos- qué cambios se desean. Pero esa es otra cuestión.

En los últimos días Libia es el lamentable centro de la atención, por la violencia con la que se están desarrollando los acontecimientos y el temor a una catástrofe humanitaria. Esta misma violencia ha hecho cesar en la práctica la producción de crudo en el país, y sembrado la incertidumbre acerca de lo que pueda pasar en el mercado del petróleo, ya golpeado por la delicada situación que atraviesan buena parte de los principales exportadores, incluyendo a Venezuela, Irán e Irak, y sin olvidar a los Emiratos del Golfo y a la propia Arabia Saudí. De momento, el petróleo Brent se cotizaba ayer (24 de Febrero) por encima de los 110 \$ por barril, y hay quien pronostica una escalada hacia los 200 \$. Anteayer el Ministro de Industria señalaba que cada 10 \$ de subida suponen para la economía española 6.000 millones de euros de coste total. Estas cifras y esta situación deberían hacernos reflexionar una vez más sobre nuestra situación.

España tiene una altísima dependencia energética del exterior, agravada en los últimos años, que ha pesado como una verdadera losa sobre nuestro sistema energético y restado muchos puntos a nuestros índices de competitividad. La ausencia de una verdadera política energética con proyección a largo plazo, con objetivos claros, pactados y asumidos por la gran mayoría de las fuerzas políticas, ha dado, como no podía ser de otro modo, frutos nefastos.

Los precios de la energía han experimentado una verdadera escalada, a pesar del llamado déficit de tarifa, que no es sino un sobreprecio diferido que, antes o después, tendremos que pagar. Pero lo peor de todo es la situación de incertidumbre en que nos encontramos. En el pasado reciente hemos asistido a frecuentes cambios de criterio y a medidas a menudo contradictorias, que desaniman a los inversores y desorientan a empresarios y al resto de ciudadanos.

Se acercan tiempos difíciles en lo que respecta a la situación de los precios de la energía, que todo hace presagiar que seguirán creciendo. Por ello la posibilidad de disponer de un suministro energético estable y predecible en términos de precios y capacidad será clave para nuestra competitividad futura. Y para ello, una vez más desde estas páginas, reclamamos un amplio acuerdo político que nos ayude a despejar las incógnitas del futuro. ■

Cámara
Vigo

BOLETÍN MENSUAL DE LA CÁMARA DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN DE VIGO. REPÚBLICA ARGENTINA 18 A, 36201 VIGO. TEL. +34 986 432 533. FAX + 34 986 435 659. E-MAIL: CAMARAVIGO@CAMARAVIGO.COM. DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR. TEL. +34 986 446 295. E-MAIL: COMEX@CAMARAVIGO.COM. PRESIDENTE: JOSÉ GARCÍA COSTAS. DIRECTORA DEL BOLETÍN: NURIA SÁINZ. REALIZACIÓN: CÁMARA DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN DE VIGO. DISEÑO Y EDICIÓN: IMAXE NOVA DE COMUNICACIÓN. URUGUAI 2, 3º DCHA. 36201 VIGO. TEL. + 34 986 221 835. FAX: + 34 986 437 141. E-MAIL: IMAXENOVA@IMAXENOVA.COM. WWW.IMAXENOVA.COM. IMPRIME: CA GRÁFICA. DEPÓSITO LEGAL: VG 728-03. ISSN 1699-3713

IPC España
Enero 2011

ÍNDICE GENERAL
110,2/ VARIACIÓN
EN UN AÑO 3,3%
Alimentos y bebidas
no alcohólicas.
109,0/0,9%. Bebidas
alcohólicas y tabaco.
148,2/16,1%.
Vestido y calzado.
93,2/0,4%. Vivienda.
122,3/7,8%. Me-
naje. 107,6/1,0%.
Medicina. 96,3/
-1,4%. Transporte.
114,5/9,0%.
Comunicaciones.
98,5/-0,8%. Ocio
y cultura. 95,8/
-1,0%. Enseñanza.
117,2/2,3%.
Hoteles, cafés
y restaurantes.
113,8/1,7%. Otros
bienes y servicios.
113,6/2,8%.

La Cámara ayudará a las empresas auxiliares de automoción a buscar nuevos clientes

A través del Programa Diversifica se pretende que estas firmas vayan abriendo su actividad hacia sectores con mayor potencial de desarrollo que en el que actualmente operan

Con la premisa de ayudar a las empresas especialmente afectadas por la crisis, la Cámara de Comercio de Vigo, en colaboración con el Consejo Superior de Cámaras y el Fondo Social Europeo, pone en marcha el Programa de Diversificación Sectorial para la Industria Auxiliar de Automoción. La iniciativa tiene por objetivo, a lo largo de sus actuaciones, apoyar a las pequeñas y medianas empresas de la industria auxiliar de automoción, buscando su fortalecimiento con la captación de nuevos sectores cliente y apoyando su reconversión y adaptación a los nuevos sectores. Diversifica está dirigido a las empresas auxiliares de automoción y empresas subcontratistas de los sectores metal-mecánico, plástico, caucho, de electricidad y electrónica. El programa pretende dotar a estas firmas de instrumentos de información y formación que les permitan adquirir conocimientos y habilidades para ir abriendo su actividad hacia nuevos sectores clientes, con mayor potencial de desarrollo que en el que actualmente operan. ■



Fases del proyecto

A lo largo de un año, el programa Diversifica se dividirá en 4 fases. La primera de ellas, ya rematada, ha sido la elaboración de un estudio del sector, encargado a la Cátedra de Zaragoza. El documento analiza el perfil y las características de la industria española auxiliar de automoción y el análisis DAFO de estas firmas, con el objetivo de poder determinar las distintas alternativas de enfoque que pueden adoptar para su diversificación y recapacitación.

La segunda fase se dedicará a la tutorización y diagnóstico gratuito a las empresas interesadas en adherirse al programa. La Cámara de Vigo tiene previsto realizar 15 proyectos de este tipo, que ayudarán a las firmas a determinar su posición en el mercado y las principales necesidades a las que deben atender, de cara a mejorar su posicionamiento y a evaluar qué posibilidades les ofrece el mercado para iniciar la diversificación de sus sectores clientes. Por otro lado, la Cámara de Vigo ofrecerá ocho talleres de formación técnica específica y formación en competencias. El enfoque técnico, se destinará a adecuar las características de los nuevos sectores cliente identificados y de las empresas participantes (nuevos mercados y nuevos países). Por su parte, la formación en competencias tratará de desarrollar nuevas habilidades organizativas.

Finalmente está prevista la creación de una plataforma tecnológica el intercambio de conocimientos y de buenas prácticas entre las empresas del sector. La finalidad de dicha plataforma es crear un entorno colaborativo en el que las empresas del sector de la industria auxiliar de la automoción generen redes de trabajo común, aumentando la cooperación entre empresas con similares intereses. ■

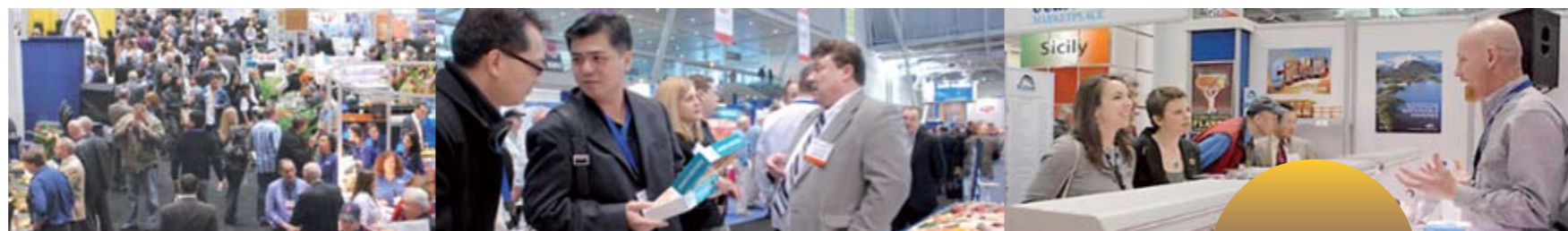


diversifi@ca

Las firmas del congelado gallego se dan cita en la Internacional Boston Seafood Show

La provincia de Pontevedra exportó a lo largo del pasado año un total de 49,3 toneladas de pescado congelado a Estados Unidos de América

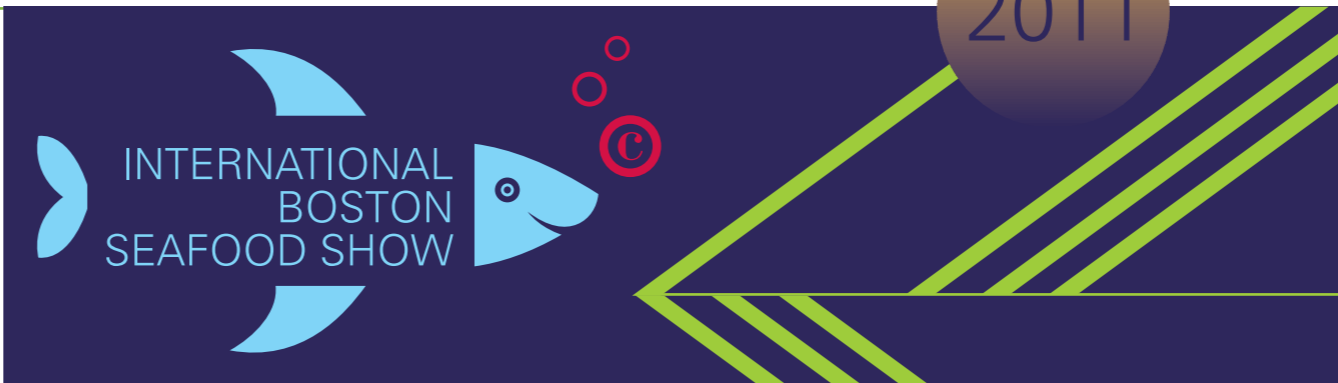
Estados Unidos importa aproximadamente 1.950.450 toneladas de pescados fresco y congelado al año. Este país representa uno de los mercados de pescados y mariscos más importantes del mundo con valor de 20.000 millones de dólares al año, según asegura la empresa U.S. Market for Fish and Seafood. Esta institución indica que además se espera un aumento importante del sector debido a “un crecimiento de la concientización de hábitos de vida más saludables entre los consumidores y un aumento del consumo de ‘grasa buena’ y comidas bajas en calorías”. Sin ser ajenos a esta nueva realidad, las empresas de la provincia de Pontevedra exportaron durante el pasado año 49,3 toneladas de pescado congelado (excepto filetes). Siendo un mercado con grandes posibilidades para nuestras firmas, la Cámara de Comercio de Vigo participa por tercer año consecutivo en la 29 edición del “Internacional Boston Seafood Show”, que coincide con la “Seafood Processing America”, la feria más grande de Norteamérica del sector de los productos del mar, que se celebrará en Boston a finales de marzo y a la que acudirán más de 18.000 profesionales de todo el mundo. Cofinanciada por la Dirección Xeral de Comercio, la Consellería de Economía e Industria y la Xunta de Galicia, ocho empresas de la comarca y la Autoridad Portuaria de Vigo participarán en este encuentro dentro del stand Xunta-Cámaras Gallegas, en el que se organizarán para cada una de las compañías participantes una agenda de trabajo durante los días de la feria con importadores de Estados Unidos y Canadá. ■



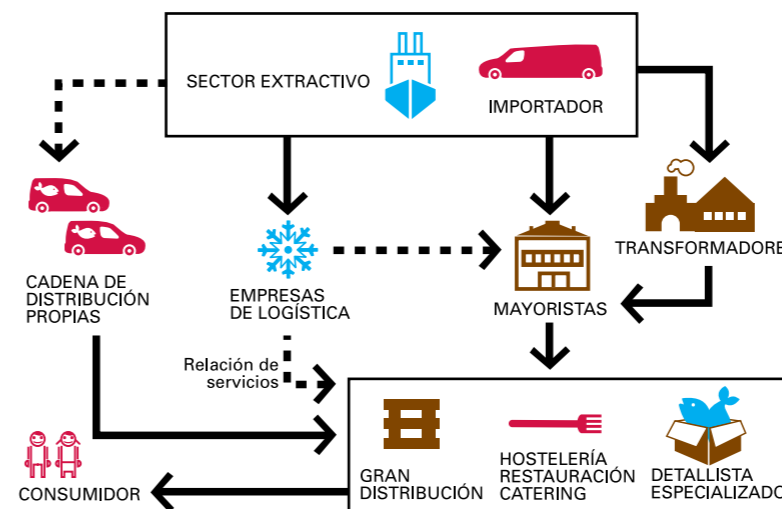
Consumo nacional

España es, después de Portugal, el país europeo que más pescado consume al año, con 44 kilos por persona. A nivel mundial, nuestro país ocupa el puesto 21 en cuanto a su consumo, aunque es el tercer importador mundial por detrás de Japón y Estados Unidos. Según apunta Fondo de Regulación y Organización del Mercado de los Productos de la Pesca y Cultivos Marinos (FROM), dado el importante nivel de consumo de productos del mar en nuestro país, la producción acuícola y pesquera nacional no es suficiente para satisfacer la demanda. Por tanto, y para cubrir este déficit se hace necesario acudir al producto importado. Así las cosas, el volumen de importaciones de productos pesqueros en España es superior a 1.600.000 toneladas. En este sentido, y unido también al consumo, cabe destacar también que el Puerto de Vigo batió marcas el pasado año con las descargas de pesca

congelada, que alcanzaron las 697.543 toneladas, y que sumadas a las de fresco (otras 90.000 toneladas), sitúan a Vigo como el líder de Europa y el primero del mundo para el consumo humano (sin incluir harinas y otros derivados). La flota pesquera española esta compuesta, como apuntan los datos del FROM, por unos 11.000 buques de los cuales más del 90% de faenan en el caladero nacional. El total de la flota captura anualmente más de 800.000 toneladas de productos pesqueros, 40% destinados a congelado, aunque este porcentaje es muy variable en función del año. ■



CIRCUITO COMERCIAL DEL PESCADO CONGELADO



Comportamiento del consumidor

El FROM realizó un estudio sobre los hábitos de compra, conservación y consumo de los productos pesqueros congelados en España, durante el año 2009. El objetivo de este estudio fue analizar el comportamiento del consumidor de productos pesqueros congelados en el punto de venta (lineal), así como el proceso de toma de decisiones y los factores determinantes de la compra. De los resultados obtenidos, cabe destacar que el perfil del comprador de productos pesqueros congelados responde mayoritariamente a mujeres, con una edad comprendida entre 31 y 45 años, trabaja la jornada completa, y su hogar esta formado por entre 3 y 4 personas, todos ellos mayores de 15 años. Respecto al tipo de producto comprado, un 97% de los encuestados afirma haber adquirido productos pesqueros congelados crudos, mientras que tan solo el 35,6 dice otro tanto sobre los productos pesqueros preparados. Sobre el proceso de compra de los 420 encuestados, el 55,9% estaba realizando una compra de productos puntuales que necesitaba en ese momento, frente a un 44,1% que realizaba una compra de carga, para tener una reserva de congelados en casa y casi un 90% trasladan el producto a casa sin bolsa térmica. El consumo de productos pesqueros en España supone alrededor del 14% del total de gasto alimentario. Por categorías de productos, el pescado fresco supone el 40% de los productos pesqueros consumidos, el pescado congelado el 18%, las conservas el 14%, y los mariscos, moluscos y crustáceos, frescos, congelados o cocidos el 28% restante. ■

Ecored, el nuevo sistema que facilita la gestión de residuos de las empresas

Esta nueva aplicación informática, que será totalmente gratuita hasta principios de 2014, ya está disponible en gallego, castellano y portugués

La iniciativa, que se enmarca dentro del Proyecto Red Genera, ayuda a cumplir con la normativa gallega en esta materia, mantener un contacto más ágil con los gestores de residuos y a conocer cuáles y qué cantidad de residuos se producen. Con un solo "clic", el empresario podrá elaborar informes para la toma de decisiones y las memorias que exige la Administración

Los empresarios pertenecientes a la demarcación de la Cámara de Vigo podrán gestionar toda la información sobre los residuos que produce su negocio a través de una nueva aplicación informática que acaba de poner en marcha el proyecto europeo Red Genera, del que forma parte la institución cameral viguesa. Ecored, como así se denomina el programa, es totalmente gratuito y entre otras funciones ayudará a las empresas a cumplir con toda la normativa gallega en esta materia, mantener un contacto más ágil con sus gestores de residuos o elaborar de forma rápida y sencilla completos informes para la toma de decisiones por parte de la dirección.

Cualquier tipo de actividad económica que genere un residuo podrá beneficiarse de los servicios que ofrece Ecored. Tan sólo hay que acceder a <http://ecored.redgenera.com> y registrarse en la nueva aplicación informática, que será totalmente gratuita hasta principios de 2014 y está disponible en gallego, castellano y portugués. Aunque está abierto a todas las empresas de la demarcación de la Cámara de Vigo, el programa es de especial utilidad para todas las pymes. Además, facilita la trazabilidad de todos los procesos de tratamiento de residuos peligrosos, es decir, el seguimiento desde el punto en el que se genera hasta donde se trata o valoriza. Con esta nueva herramienta, el empresario podrá conocer en todo momento qué resi-



duos y cantidades produce, conocer y cumplir con las obligaciones legales que esa producción le genera y acceder a una amplia base de datos de los gestores de residuos que operan en Galicia y en el resto de España. Con un solo "clic", Ecored podrá elaborar las memorias que sobre la gestión de los residuos son de obligada presentación ante la Administración. También puede realizar la tramitación telemática de las notificaciones de transporte y ayudará al

desarrollo de certificaciones de medio ambiente (Emas e ISO 14000). Con el fin de ayudar a las empresas a gestionar sus residuos en tiempo y forma, de tal modo que no supere los plazos legales para su retirada, la aplicación permite solicitar a los gestores autorizados la recogida de los residuos mediante notificaciones previas, así como generar documentos de control y seguimiento para los traslados y etiquetas identificativas para contenedores y envases. ■



<http://ecored.redgenera.com>

Un año de trabajo

Ecored es una más de las iniciativas que se han puesto en marcha al amparo del proyecto transfronterizo Red Genera, cuyo objetivo es contribuir a la reducción de residuos, además de buscar fórmulas innovadoras para su reutilización, regeneración o reciclaje. Cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional, el proyecto está liderado por el Consello Galego de Cámaras y cuenta con la participación de las Cámaras de Pontevedra, Vigo, Tui y Ourense, Sogama, el Centro de Valorización de Residuos de Braga, la Asociación de Industrias do Minho y el Instituto de Desenvolvemento e Inovação Tecnológica do Minho (IDITE).

Cumplido ya un año de trabajos, un centenar de empresas de Galicia (73) y del norte de Portugal (30) se han adherido ya al proyecto Red Genera, del cual se benefician 18 empresas de nuestra demarcación. Todas ellas cuentan con el asesoramiento directo de un equipo de agentes compuesto por 75 especialistas, que han realizado un diagnóstico o auditoría de situación de las empresas en materia de gestión de residuos, diseñando después planes de mejoras. Junto con Ecored, el proyecto transfronterizo ha conseguido elaborar planes de acción generales para la reducción y valorización de los residuos; se han recopilado una docena de proyectos de colaboración en I+D+i; se ha diseñado un mapa de

residuos generados por las empresas de Galicia y del norte de Portugal donde se puede consultar la oferta y demanda de dichos productos; la puesta en marcha del Observatorio de Valorización, donde figuran un buen número de modelos de negocio que destacan por su innovación y rentabilidad en el tratamiento de los residuos; y desarrollar un plan formativo con 7 meses de trabajo, 13 jornadas técnicas y una veintena de actividades realizadas a través del servicio online con la participación de un centenar de alumnos. Todo ello sin olvidar la plataforma de servicios en Internet (www.redgenera.org) ■

El turismo de cruceros es la modalidad de más rápido crecimiento en el mercado de viajes de placer

La ciudad de Vigo se ha convertido en un referente para las principales navieras de todo el mundo, que harán escala a lo largo de 2011



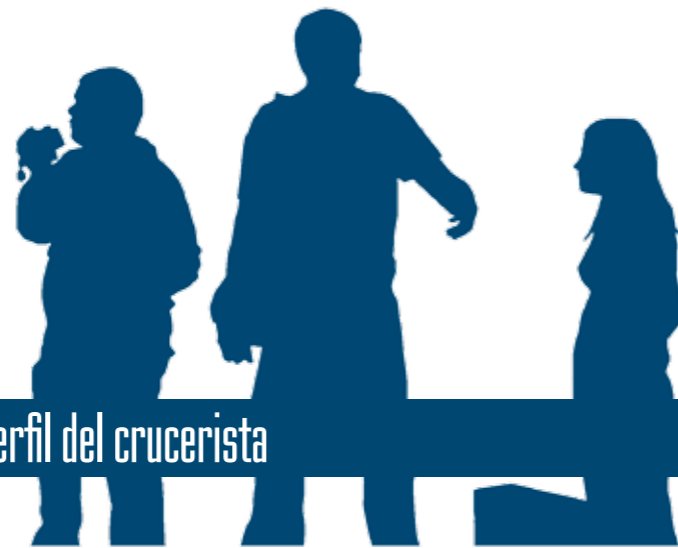
El turismo de cruceros es uno de los segmentos del mercado turístico internacional que mayor crecimiento ha experimentado en los últimos años y España no ha sido ajena a este boom. Los últimos datos conocidos a nivel europeo y mundial (2009) sitúan a España en una posición ventajosa como país receptor de cruceristas. A nivel europeo nuestro país ocupa la tercera posición por detrás de Italia, que acapara el 31,8% (7,6 millones de pasajeros) y de Grecia que concentró el 25% del turismo de cruceros con algo más de 6 millones de cruceristas.

En este contexto global, Vigo se ha convertido en un referente para las principales compañías de cruceros, que han fijado en nuestra ciudad una parada obligatoria. En 2010 el Puerto de Vigo recibió un total de 112 cruceros, con casi 315.000 personas a bordo (entre tripulantes y pasajeros). Los datos revelan un notable crecimiento con respecto al ejercicio anterior aunque, sin duda, la cifra más importante se la lleva el número de embarques. En 2009 Vigo se convertía en puerto base, con la salida del Splendida, de la compañía MSC. El año se cerró con un total de 2.200 embarques, una cifra que si se compara con los 12.000 pasajeros embarcados desde Vigo en 2010 supone un incremento de casi un 400%.

En cuanto a las previsiones para 2011, desde el departamento de

prensa de la Autoridad Portuaria están convencidos de que será otro gran año para el sector. Así, se esperan un total de 112 escalas para la nueva temporada que arranca este

mes de marzo. El objetivo planteado para el ejercicio es alcanzar las 350.000 personas (entre pasajeros y tripulación), aunque a día de hoy se prevén 315.000. ■



Perfil del crucerista

Según un informe elaborado por la Cámara de Comercio de Valencia, debido a la gran diversidad de cruceros existentes, el perfil del crucerista es muy diverso, de tal manera que no puede afirmarse que haya un público objetivo definido:

La edad media de los viajeros está disminuyendo paulatinamente. Así, en la década de los 70, la

edad media de los viajeros de cruceros era de 65 años, frente a los 43-45 años de media en la actualidad.

La diversificación de la oferta de cruceros, con reducción de la duración de los trayectos y de los precios, ha sabido adaptarse a las necesidades de segmentos de población más jóvenes, los cuales han aumentado de forma importante el consumo de este tipo de turismo. En Europa, esta

Seatrade de Miami



Conscientes de la importancia que para nuestra ciudad tiene el turismo de cruceros, la Cámara de Vigo acudirá un año más a la feria Seatrade Cruise Shipping de Miami, que se celebrará del 14 al 17 de marzo. Desde hace 27 años, este evento reúne en la ciudad norteamericana la industria

auxiliar, consignatarias, armadores, proveedores, destinos, equipamientos... Se trata, por tanto de una feria líder dentro del sector cuyas cifras le avalan. Así, en los 38.000 metros cuadrados de exposición del año 2010 se dieron cita 980 expositores y 10.000 visitantes de más de 118 países. ■

Sabías que...

La unión entre la industria del ocio y el transporte marítimo de viajeros dio lugar a lo que hoy se conoce como turismo de cruceros. En el siglo XIX, y como consecuencia de la emigración, se desarrolló un importante tráfico de pasaje intercontinental, principalmente entre Europa y América. En aquel momento, en los cruceros embarcaban dos tipos de pasajeros: el de pasa-

je (que viajaba por necesidad), y el turista (que lo hacía por placer).

Fue a partir de los años 60 cuando comenzaron a aparecer los barcos diseñados y dedicados exclusivamente para el turismo de cruceros. Surgieron entonces las principales compañías que operan en la actualidad: Norwegian Cruise Line, Carnival, Royal Caribbean Cruise Line o Princess. ■

tendencia del cambio generacional no es tan fuerte, debido a la visión más tradicional que se tiene del turismo de cruceros. En consecuencia, dos nuevos segmentos de clientes está apareciendo: el mercado de familia y el mercado de gente joven.

La mayoría de las personas que realizan un crucero viajan en pareja, o grupos de parejas, siendo muy poco habitual el viaje individual. ■

CALENDARIO DEL CONTRIBUYENTE

MARZO 2011	L	M	Mi	J	V	S	D
		1	2	3	4	5	6
	7	8	9	10	11	12	13
	14	15	16	17	18	19	20
	21	22	23	24	25	26	27
	28	29	30	31			

HASTA EL 21

RENTA Y SOCIEDADES

Retenciones e ingresos a cuenta de rendimientos del trabajo, actividades económicas, premios y determinadas ganancias patrimoniales e imputaciones de renta, ganancias derivadas de acciones y participaciones de las instituciones de inversión colectiva, rentas de arrendamiento de inmuebles urbanos, capital mobiliario, personas autorizadas y saldos en cuentas. Febrero 2011. Grandes Empresas. Mods. 111, 115, 117, 123, 124, 126, 128.

IVA

Febrero 2011. Régimen General. Autoliquidación. Mod. 303. Grupo de entidades, modelo individual. Mod. 322. Declaración de operaciones incluidas en los libros registro

del IVA y del IGIC. Mod. 340. Declaración recapitulativa de operaciones intracomunitarias. Mod. 349. Grupo de entidades. Mod. 353. Operaciones asimiladas a las importaciones. Mod. 380.

IMPUESTO SOBRE LAS PRIMAS DE SEGUROS

Febrero 2011. Mod. 430.

IMPUESTOS ESPECIALES DE FABRICACIÓN

Diciembre 2010. Grandes Empresas (*). Mods. 553, 554, 555, 556, 557, 558. Grandes Empresas. Mods. 561, 562, 563.

Febrero 2011. Grandes Empresas. Mod. 560.

Febrero 2011. Mods. 564, 566. Febrero 2011 (*). Mods. 570, 580.

(* Los destinatarios registrados, destinatarios registrados

ocasionales, representantes fiscales y receptores autorizados (Grandes Empresas), utilizarán para todos los impuestos. Mod. 510.

HASTA EL 31

DECLARACIÓN INFORMATIVA ANUAL DE OPERACIONES REALIZADAS POR EMPRESARIOS O PROFESIONALES ADHERIDOS AL SISTEMA DE GESTIÓN DE COBROS A TRAVÉS DE TARJETAS DE CRÉDITO O DÉBITO

Año 2010. Mod. 170.

DECLARACIÓN INFORMATIVA ANUAL DE IMPOSICIONES, DISPOSICIONES DE FONDOS Y DE LOS COBROS DE CUALQUIER DOCUMENTO

Año 2010. Mod. 171.

DECLARACIÓN INFORMATIVA DE ENTIDADES EN RÉGIMEN DE ATRIBUCIÓN DE RENTAS

Año 2010. Mod. 184.

DECLARACIÓN INFORMATIVA DE VALORES, SEGUROS Y RENTAS

Año 2010. Mod. 189.

DECLARACIÓN ANUAL DE DETERMINADAS RENTAS OBTENIDAS POR PERSONAS FÍSICAS RESIDENTES EN OTROS ESTADOS MIEMBROS DE LA UNIÓN EUROPEA Y EN OTROS PAÍSES Y TERRITORIOS CON LOS QUE SE HAYA ESTABLECIDO UN INTERCAMBIO DE INFORMACIÓN

Año 2010. Mod. 299.

DECLARACIÓN ANUAL DE OPERACIONES CON TERCEROS

Año 2010. Mod. 347.

IMPUESTO SOBRE LA ELECTRICIDAD

Año 2010. Mod. 513.

IMPUESTO SOBRE HIDROCARBUROS

Año 2010. Relación anual de kilómetros realizados ■



LA CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN DE VIGO, INFORMA:

La regulación de las Cámaras de Comercio se ha visto modificada por el Real Decreto Ley 13/2010, de 3 de diciembre de “actuaciones en el ámbito fiscal, laboral y liberalizadoras para fomentar la inversión y la creación de empleo”, aprobado por el Gobierno y convalidado por las Cortes Generales.

Para tratar de despejar la confusión y desorientación creadas entre las empresas ante las diversas y, muchas veces contradictorias, declaraciones e informaciones aparecidas con posterioridad, esta Cámara de Comercio de Vigo quiere INFORMAR:

1.- PAGO DE LAS CUOTAS EN 2011

A) La Disposición Transitoria del Real Decreto Ley citado mantiene las cuotas correspondientes a los ejercicios anteriores al 2010.

B) Los recibos del Recurso Cameral Permanente se ponen al cobro **2 AÑOS** más tarde al del ejercicio fiscal correspondiente al del Impuesto de Sociedades y al de la Renta de las Personas Físicas, y **1 AÑO** más tarde al del ejercicio fiscal del Impuesto de Actividades Económicas.

C) En consecuencia, en el 2011 se pondrán al cobro los recibos correspondientes a las cuotas devengadas en el 2009, cuyo pago sigue siendo obligatorio, con la misma exigibilidad que hasta ahora.

2.- PERTENENCIA A LAS CÁMARAS DE COMERCIO

A partir del 1 de enero de 2011 la pertenencia a las Cámaras deja de ser obligatoria. Por tanto:

a) Las empresas que quieran formar parte de las mismas deberán manifestarlo con carácter PREVIO y EXPRESO.

b) No se hace preciso declaración expresa y por escrito de su voluntad de causar baja –o no pertenencia-, lo cual no implica que si lo desean puedan hacerlo.

3.- CUMPLIMIENTO DE SUS FUNCIONES PÚBLICO-ADMINISTRATIVAS

La Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Vigo continúa prestando sus servicios en áreas fundamentales para la competitividad empresarial, como el apoyo a la internacionalización, la formación, el asesoramiento y la creación de empresas.

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

Toma de decisiones, Web 2.0 y LOPD son los temas de los seminarios en marzo

Ofreer clases magistrales sobre los temas más importantes para las PYMES viguesas es el objetivo del departamento de formación de la Cámara de Vigo, que para este mes de marzo apuesta por la tecnología y la innovación. Así, la aplicación de la LOPD, la introducción de la empresa en la web 2.0 y el proceso en la toma de decisiones serán los temas estrella de los seminarios.

“La protección de los datos personales y de la privacidad es una cuestión que genera bastante polémica en la actualidad, debido a que existen posturas manifestamente encontradas”, asegura el tutor del seminario “Cómo adaptar la empresa a la LOPD”, Álvaro Gómez Vieites, que tendrá lugar el 2 de marzo. La jornada se centrará en el marco normativo, el Reglamento de Medidas de Seguridad de

los Ficheros Automatizados y cómo el incumplimiento de estas medidas de seguridad puede ser objeto de una sanción por parte de la Agencia de Protección de Datos. Asimismo, la charla versará sobre el nuevo Reglamento de la LOPD que incluye la protección de datos y el manejo de los ficheros en soporte papel.

Por otra parte, el 16 de marzo y durante 4 horas, debatiremos sobre “La Web de la Empresa en las redes sociales: Web 2.0”, en un seminario que se impartirá por primera vez en la institución cameral. A través de los cambios tecnológicos, sociales y culturales se explicarán las principales características de las redes sociales, así como sus usos y aplicaciones en el ámbito empresarial. Además, mencionará la gestión de las relaciones públicas y de la reputación on-line,

co-creation, crowdsourcing y open innovation y la gestión de recursos humanos en Web 2.0.

“Factores clave en el proceso de la toma de decisiones” es el título de seminario que cerrará el mes y a través del cual se tratará de concienciar a los asistentes de la importancia que alcanza un proceso de toma de decisiones adecuado, así como su impacto para el logro de resultados. En las organizaciones las decisiones son tomadas por individuos, en base a la forma cómo interpretan y evalúan la información o hechos concretos relacionados con un problema o situación. Las percepciones de quienes toman la decisión darán una mejor respuesta y la creatividad se presenta como una fórmula necesaria para la generación de alternativas. ■

EMPLEO

Ref. 747. **Consultor Prevención y LOPD.** Empresa ubicada en Vigo busca consultor para implantación de sistema de Prevención de Riesgos Laborales y LOPD. Se requiere experiencia comercial.

Ref. 749. **Programador informático.** Se busca programador informático con experiencia.

Ref. 750. **Asesor comercial.** Empresa de Pontevedra necesita cubrir un puesto de asesor comercial para su delegación de Vigo. Formación continuada a cargo de la empresa y producto líderes de mercado. Interesante paquete retributivo en base a subvención e incentivos. Promoción interna a corto plazo. Incorporación inmediata. Funciones a realizar: Asesoramiento y comercialización de servicios a pymes. Requisitos del candidato: Disponibilidad inmediata. Edad: 25-45 años. Titulación Estudios medios.

Ref. 751. **Business Development Manager.** Se responsabilizará de establecer las estrategias de la delegación

en coordinación con el Director General de Forwarding. Lugar de trabajo: Vigo. Funciones a realizar: Implantar los sistemas que faciliten la labor comercial a nivel local para gestionar los equipos dedicados a tal labor; coordinar y supervisar los equipos comerciales, operativos y administrativos; definir objetivos comerciales y estrategias comerciales de consecución y fidelización tanto de agentes como de clientes; mantener y realizar seguimiento de la cartera de la empresa; realizar estudios de mercado, tenders y ofertas; identificar nuevas oportunidades de negocio; incorporación de nuevas cuentas. Requisitos del candidato: Experiencia mínima en empresa transitaria y aduanas de 5 años, ofimática a nivel usuario, idiomas: imprescindible inglés hablado y escrito, valorable otros idiomas. Titulación requerida: Estudios superiores o medios o formación específica en comercio internacional Otros requisitos valorables: Carné de conducir y vehículo propio.

Ref 752. **Responsable comercial y de comunicación.** El responsable deberá realizar la búsqueda de potenciales clientes y posibles

mercados, realizando una labor de interlocución con los clientes a todos los niveles. Así mismo realizará la comunicación comercial de la empresa. Lugar de trabajo: Vigo o Madrid. Estudios mínimos: Diplomatura. Requisitos: Estudios relacionados con el puesto. Capacidad de trabajo por objetivos. Capacidad de gestionar el propio trabajo. Experiencia mínima de 2 años de trabajo con grandes cuentas, demostrable. Deseable conocimientos del mercado del software. Formación en gestión de proyectos. Capacidad de negociación e interlocución a todos los niveles empresariales. Capacidad para mantener una negociación en inglés o francés. Contrato y Salario: Contrato de media jornada. Salario fijo más parte variable por consecución de objetivos y facturación. Duración: 12 meses.

Ref. 755. **Técnico de contenidos formativos en fontanería y calefacción.** Empresa de Vigo necesita técnico para la elaboración de contenidos formativos teórico-prácticos, a partir del programa formativo del certificado de profesionalidad de operaciones de fontanería y calefacción-clima-

tización doméstica (Real Decreto 1375/2009), para varios manuales para la modalidad presencial y/o e-learning, en alguno de los siguientes temas y duración para el sector de fontanería-calefacción: Replanteo y preparación de tuberías (50 h) Manipulación y ensamblaje de tuberías (90 h) Instalación y mantenimiento de aparatos sanitarios de uso doméstico (60 h) Instalación y puesta en marcha de aparatos de calefacción y climatización de uso doméstico (90 h). Horario orientativo: 9:00 a 14:00 horas. Requisitos del candidato: Experiencia laboral de más de 1 año en las temáticas anteriores y/o en la elaboración de contenidos formativos o impartición de formación sobre alguno de estos temas. Titulación requerida: Ingeniería técnica

Ref. 756. **Asesor LOPD.** Empresa ubicada en Vigo necesita asesor para la implantación de LOPD y gestión documental. Requisitos del candidato: Experiencia laboral.

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

¡Apúntate ya!

CURSOS GENERALES

Matemáticas financieras aplicadas a la empresa
Duración: 16 horas
Fechas: del 01/03/2011 al 10/03/2011
Horario: de 16:30 a 20:30 h.

Manipulador de alimentos
Duración: 3 horas
Fechas: 15/03/2011
Horario: de 16:30 a 19:30 h. ■

COMERCIO EXTERIOR

Gestión Aduanera II: Regímenes Aduaneros Especiales y Fiscalidad Internacional
Duración: 30 horas
Fechas: del 14/03/2011 al 25/03/2011
Horario: de 19:00 a 22:00 h. ■

JORNADAS Y SEMINARIOS

Cómo Adaptar la Empresa a la LOPD
Duración: 4 horas
Fechas: 02/03/2011
Horario: de 9:30 a 13:30 h.

La Web de la Empresa en las redes sociales: Web 2.0
Duración: 4 horas
Fechas: 16/03/2011
Horario: de 9:30 a 13:30 h.

Factores clave en el proceso de toma de decisiones
Duración: 3 horas
Fechas: 30/03/2011 ■

INFORMÁTICA

Hoja de Cálculo: Excel 2007 Avanzado (Nivel II)
Duración: 30 horas
Fechas: del 07/03/2011 al 18/03/2011
Horario: de 19:00 a 22:00 h.

Hoja de Cálculo: Excel 2007 Avanzado (Nivel II)
Duración: 30 horas
Fechas: del 07/03/2011 al 18/03/2011
Horario: de 16:00 a 19:00 h.

Diseño de páginas web
Duración: 60 horas
Fechas: del 21/03/2011 al 18/04/2011
Horario: de 19:00 a 22:00 h.

Hoja de Cálculo: Excel 2007 (Nivel I)
Duración: 30 horas
Fechas: del 22/03/2011 al 12/04/2011 ■

IDIOMAS

Inglés Empresarial
Duración: 30 horas
Fechas: del 21/03/2011 al 06/04/2011
Horario: de 19:00 a 22:00 h.

Cursos de Inglés preparatorios para los exámenes oficiales de Cambridge: First
Horario: de 9:30 a 11:30 h.

Cursos de Inglés preparatorios para los exámenes oficiales de Cambridge: Advanced
Horario: de 9:30 a 11:30 h. ■

CONVIERTE WEB

Eva Monroy y Santiago Núñez

Nuevos medios, nueva empresa



Ten clientes antes de emprender”. Bajo esta premisa, Eva Monroy, diseñadora, sugiere a quienes inicien sus andaduras por el mundo de los negocios. Ella junto a Santiago Núñez, programador y experto en negocios en línea, crearon la pyme ConvierteWeb, una agencia de marketing online.

“Estamos muy focalizados en hacer dos cosas: que aquellas empresas que quieran montar su negocio online ya sea a través de una tienda en línea, red social o página web, puedan hacerlo y después ayudar a las empresas que tengan su estructura web a rentabilizarla”, indica Núñez. La idea de la empresa surge porque estos emprendedores tienen experiencia previa con portales web, creándolos y rentabilizándolos, y decidieron usar toda esa información para ayudar a terceros. “Vendemos estos conocimientos”, aseguran.

Para definir la estrategia de trabajo para cada uno de sus clientes lo primero que plantean son los objetivos, a dónde quieren llegar, y después analizan cómo quieren ir. “Porque al final lo que vendemos son negocios porque independientemente de la herramienta técnica, desde nuestro punto de vista, la clave está en hacer negocio. Si no hacemos rentable su página web, portal o idea, poco sentido tiene”, indica Núñez.

“Al tener negocios online en funcionamiento sé muy bien de qué va el tema. Entonces no intentamos vender que lo voy a hacer en html5 o en PHP (lenguajes de programación Web que descifran los navegadores) lo que intentamos vender es un modelo de negocio”, apunta.

Este conocimiento viene de experiencias previas de éxito, como por ejemplo el marketplace para diseñadores vatican, proyectos que

“nos dan la experiencia para saber si algo funciona o no”. Por eso, el concepto de esta pyme es ofertar servicios más próximos a lo que ya conoce el cliente, con medición y buscando el retorno de la inversión. Para sus proyectos elaboran una estructura de modelo de ingresos y de gastos y elaboran un plan para que se rentabilice.

Evangelización hacia las nuevas tecnologías

Justamente ese enfoque les ha servido para captar un público con pocos conocimientos sobre web y a veces hasta reacio a invertir dinero en marketing online. Monroy explica que en este momento se están centrando en ofrecer movimiento a esas webs que ya están hechas. Muchos de sus clientes se acercan asegurando que a pesar de tener presencia online no les ven.

“Nosotros les ayudamos a moverlo a través del marketing online y a través del social media, sobre todo”. Sin embargo, la diseñadora asegura que el servicio más solicitado es el rediseño de webs antiguas (con diseños y estructura de los años 90). Para Eva, desde la visión que los conocimientos en diseño web le injieren, piensa en “coger la página y darle dos vueltas; repasar la usabilidad o experiencia del usuario del sitio, que va desde semántica web y optimización hasta arquitectura de la información, que es muy importante”.

Núñez, también consultor autorizado de Analítica Web por Google, completa el desglose de Eva con los “temas de posicionamiento en motores de búsqueda y de optimización web”.

En relación con la competencia en el sector y la apertura de su empresa, analizan y aseguran que en términos de marketing online tampoco hay tantas empresas en Galicia.

Núñez explica que, respecto a la timidez que pueden tener los empresarios ante el social media, intenta romper algunos mitos en sus primeras reuniones: “Es que prefiero casi no estar, (puede decir una empresa); ¡es que ya estás!, (responde Núñez); es que si me meto en el social media pueden existir comentarios negativos (empresa), pero estando tienes la posibilidad de convertir los negativos en positivos o por lo menos mitigarlos y tienes la gran posibilidad de que los usuarios te recomienden, (culmina este emprendedor)”.



“Estamos focalizados en dos cosas:
negocios on-line y ayuda a las
empresas para rentabilizar su web”

Situación de España

- España es el 7º país del mundo en el uso de redes sociales.
- El 80% de los usuarios de Internet pertenece a alguna red social. El 60% las consulta todos los días.
- El número de usuarios de Facebook en España ha crecido en 2009 un 999%, superando los 7.900.000.
- Tuenti tiene 7 millones de usuarios en este país, un 35% más de tráfico que Google.
- España es el 3er país del mundo en tráfico en Twitter: un 14% lo utiliza para contar sus experiencias de consumo y el 80% lo usa para hacer negocios.
- 70% de los usuarios de Internet en España accede a la Red con frecuencia diaria.

Fuente: Informe de Internet en España y en el mundo, Situación actual de las redes sociales en España. Tatum, mayo 2010.

Datos

Convierte web
Despacho: 12
Tel.: 986 220 942



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 2. Tlf.: 986 120 134. aTdp. Despacho 19. Tlf.: 886 113 090. CARMEN PAZOS - ECONOMISTA. Despacho 16. Tlf.: 886 113 124. BETA. Despacho: 13. Tlf.: 986 120 107. CONVIERTE. Despacho 12. Tlf.: 986 220 942. DESMARQUE. Despacho: 17. Tlf.: 627 067 825. DOMIOLO. Despacho 11. Tlf.: 886 131 081. INGADE. Despacho 7. Tlf.: 986 120 117. INPROSEC. Despacho 10. Tlf.: 886 113 106. NANOIMMUNOTECH. Despacho 8. Tlf.: 986 120 143. MANUEL LÓPEZ-BENITO. Despacho: 14. Tlf.: 986 120 342. MOTIONA. Despacho 3. Tlf.: 986 120 111. NAUKA INGENIEROS. Despacho: 15. Tlf.: 986 120 132. NIRA GDC, S.L. Despacho 20. Tlf.: 986 120 024. REDSYP. Despacho: 6. Tlf.: 986 110 191. TRIQUETA VERDE. Despacho 4. Tlf.: 886 134 197. UXA. Despacho 5. Tlf.: 986 120 127. VIFORDAT. Despacho 1. Tlf.: 886 113 129. NEOINTEGRA. Despacho 9. Tlf.: 986 120 108.