



La Cámara organizará el programa de compradores extranjeros para España Original 2010 y Fenavin 2011

Nivel 15, se adapta a la inversión publicitaria de los clientes



Se aprueba la nueva Ley de Cámaras de Comercio e industria

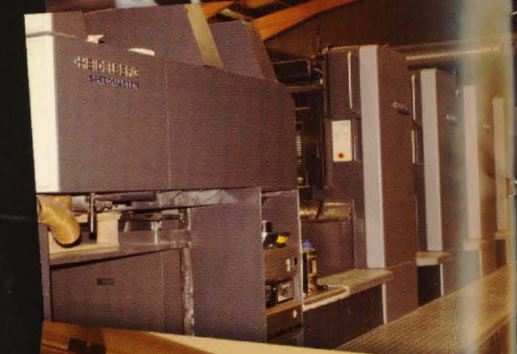


Nueva Convocatoria de Ayudas a las empresas

Lince

● artes gráficas

- Catálogos
- Revistas
- Libros
- Folletos
- Trípticos
- Dípticos
- Carteles
- Carpetas
- Cuadernos
- Postales
- Flyers
- Calendarios
- Lonas
- Vinilos
- Foam
- Papelería



Sumario

Año XVIII N° 176 Noviembre/Diciembre 2009

Cámara	La Cámara de Comercio apuesta por el sector agroalimentario y vitivinícola	3
Cámara	Primer año de operaciones del Aeropuerto Central de Ciudad Real	4
Cámara	La Cámara de Comercio de Ciudad Real recibe una Delegación de la localidad argentina de San Martín	7
CEEI	Visita a CEEI Ciudad Real de la Factoría de Emprendedores	7
Cámaras	Se aprueba la nueva ley de Cámaras Oficiales de Comercio e Industria de Castilla-La Mancha	8
Cámara	Doce empresarios asisten a la jornada informativa sobre el comercio en Polonia	10
CEEI	CEEI Ciudad Real organiza con éxito el I Foro de Inversores Privados de Castilla-La Mancha	11
Cámaras	Las empresas proponen más de 100 medidas para impulsar la internacionalización	13
Colaboración Comex	OBJETIVO: Elegir distribuidor	16
Nuestras empresas	Nivel 15: 20 años de experiencia en el sector de la publicidad	20
Colaboración CEEI	Ayudas para mejorar la competitividad de las empresas	23
Lonja	La carne de caza presente en ANUGA	26
Publirreportaje VUE	La Ventanilla Única simplifica los trámites para crear una empresa	27
Medio Ambiente	¿Es posible ser una empresa responsable?	31

Edita

Cámara de Comercio e Industria de Ciudad Real

Tlfno.: 926 274 444

Tirada de 10.000 ejemplares gratuitos para los electores de la Cámara de Comercio e Industria

Presidente

Juan Antonio León Triviño

Redacción y coordinación

Cámara de Comercio de Ciudad Real

Publicidad

Lince Artes Gráficas
628 217 987

Maquetación Impresión y Encuadernación

Lince Artes Gráficas, S.L.U.
Ciudad Real - 926 27 10 84
www.linceartigraficas.com

Depósito legal

CR-999/91





NUEVO AÑO *Nuevos retos y desafíos*

Se nos presenta un año nuevo con cierto grado de incertidumbre, pero también con cierto optimismo, ya que se espera la reactivación de la economía en el segundo semestre del 2010.

Durante este año, y a pesar de las dificultades, las pymes han asumido la innovación como una necesidad que les permitirá mejorar la rentabilidad y obtener ventajas competitivas.

Ayudar a las empresas a crecer y mejorar su nivel competitivo a través de la innovación, es uno de los principales objetivos camerales, de ahí el hacer mención a múltiples iniciativas puestas en marcha.

La Cámara de Comercio de Ciudad Real estará como siempre y más ahora, al lado de las empresas de la provincia, trabajando con todas ellas e invitándolas a que se sumen a esta iniciativa como forma de mejorar y fortalecer su desarrollo.

En nuestra labor de apoyo a la internacionalización, la Cámara se esfuerza en ser cercana a todos y trabaja para que nuestras empresas puedan incrementar las exportaciones, buscar nuevos mercados y crear destacados productos que puedan vender en un mundo sin fronteras ni distancias.

En el último estudio funcional comparativo entre Cámaras llamado ("Atlas Cameral 2009") elaborado por el Consejo Superior de Cámaras, confirma que, nuestra institución es una de las que mejor gestiona sus recursos de España, gracias a la profesionalidad de su personal y la calidad de los servicios prestados.

Un claro ejemplo de ello, son los fondos canalizados directamente a nuestras empresas y que superan en nada menos que 23 puntos porcentuales, la media de las Cámaras de Comercio españolas, contribuyendo así, a una mayor eficacia y apoyo al tejido empresarial de Ciudad Real.

En 2010, la Cámara, seguirá trabajando en su compromiso con los empresarios, favoreciendo el fortalecimiento del tejido productivo, en la creación de riqueza, generación de empleo..., resumiendo, en todo lo que se pueda y demanden; y con ello, contribuir en la apuesta por el desarrollo de la provincia.

Con todo esto, creemos que en este entorno económico contribuyamos a la mejora de la competitividad empresarial, vital para la vuelta a la senda de crecimiento. Termina un año de arduo trabajo y nos disponemos a vivir las fiestas navideñas, a las que la Cámara de Comercio se suma, deseando a todas las empresas e instituciones de nuestra provincia unas muy felices navidades y comiencen el nuevo año, que será más favorable, con optimismo.



En la firma del convenio, Juan Antonio León y Nemesio de Lara, acompañados del vicepresidente económico, Ángel Amador; Manuel Juliá, director de FENAVIN y de España Original; y Günter Lorenz, director general de la Cámara de Comercio

La Cámara de Comercio apuesta por el sector agroalimentario y vitivinícola

Se firma un convenio por el cual la institución provincial aporta 900.000 euros para España Original 2010 y Fenavin 2011.

TEI el presidente de la Cámara de Comercio e Industria de Ciudad Real, D. Juan Antonio León Triviño y el presidente de la Diputación, D. Nemesio de Lara, han firmado un convenio por el que la institución provincial aporta 900.000 euros para España Original 2010 y FENAVIN 2011.

La Cámara de Comercio en coordinación con España Original y FENAVIN organizará, a través del Centro de Negocios, un programa de compradores extranjeros, procedentes en su mayoría de Alemania, Austria, Bélgica, Brasil, Corea del Sur, Dinamarca, Eslovaquia, Estados Unidos, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Holanda, Hungría, Irlanda, Islandia, Italia, Japón, Letonia, Líbano, Lituania, Luxemburgo, Méjico, Noruega, Polonia, Portugal, Reino Unido, Singapur, Suecia, Suiza y Turquía para ESPAÑA ORIGINAL 2010 y FENAVIN 2011.

El Presidente de la Cámara recuerda a Nemesio de Lara el primer convenio que se firmó para estas ferias, con las dudas lógicas por parte de todo el sector del vino y actualmente nos encontramos con la principal feria del vino de España.

También manifestó que le gustaría que los ciudadanos de nuestra provincia, "entendieran que con estas ferias tienen algo importantísimo, que lo valoren tanto los empresarios del vino como sus derivados y que fueran capaces de ponerlo en valor". Estas ferias han supuesto un gran esfuerzo en valor y trabajo lo que ha repercutido notablemente en la provincia de Ciudad Real.

El presidente de la Diputación aseguró que el convenio que se ha firmado con la entidad cameral está cargado de singularidad, tanto por razones personales como por el reconocimiento sincero a la labor de la Cámara de Comercio y a su presidente, ya que considera a la Cámara como un instrumento

colaborador y de apoyo muy importante.

FENAVIN además de ser una feria que quiso gravitar sobre la calidad de los vinos de España y en particular, de Castilla-La Mancha, pretende, fundamentalmente, significar qué es calidad y qué no es calidad, apostando por la calidad esencialmente.

Por otra parte, con ESPAÑA ORIGINAL, se pretende que todos los productos alimentarios o agroalimentarios de calidad sean considerados precisamente por el resto de España y por el resto del mundo, ya que estas dos ferias sin compradores y fundamentalmente sin compradores extranjeros no serían nada.

Cada día se debe apostar por sacar hacia delante la provincia, modernizando la producción, trabajando intensamente sobre la comercialización y sabiendo que en un mundo globalizado el presente y el futuro están en ese mundo y no en las bodegas ni en las explotaciones agrarias.



Uno de los múltiples vuelos de aviación ejecutiva que ha recibido el Aeropuerto Central Ciudad Real.

Primer año de operaciones del Aeropuerto Central Ciudad Real

CR Aeropuertos rompió hace un año todos los esquemas conceptuales en la construcción y gestión aeroportuaria, por la primera empresa privada en levantar y administrar una infraestructura de este calibre.

El Aeropuerto Central Ciudad Real cumple su primer aniversario con más de 53.000 pasajeros desde que el pasado 18 de diciembre de 2008 iniciara las operaciones. Se convertía en el primer aeropuerto privado de uso público de España que abría sus puertas con dos aerolíneas comerciales, Air Berlin y Air Nostrum, que conectaban la capital manchega a más de 30 destinos nacionales e internacionales.

A lo largo de este año, el aeropuerto ha ido iniciando diferentes unidades de negocio como el parking de aviones de larga estancia, la **atención personalizada e individualizada de la aviación ejecutiva**, así como el inicio de las **operaciones de la terminal de carga** con Transportes Aéreos Mar de Vigo y la compañía danesa Air & Sea Spain. En este apartado,



el aeropuerto ha movilizado 1.085.385 kilos de mercancías, principalmente llegada de la ruta regular de las Islas Canarias, así como de otros vuelos procedentes del norte de África y de la **República China**.

Estos datos del primer año de funcionamiento sitúan al aeropuerto por encima

de una docena de aeródromos en viajeros y entre los veinte primeros cargueros de las 48 infraestructuras gestionadas por el ente público AENA, habiendo superado en este periodo a ciudades tan importantes como Vitoria, Logroño, Burgos y Córdoba.

EL AEROPUERTO CENTRAL RECIBE 180 VUELOS DE AVIACIÓN EJECUTIVA EN MES Y MEDIO

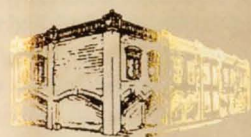
Considerando los vuelos efectuados, al margen de los realizados por Air Berlin y Air Nostrum, el Aeropuerto Central Ciudad Real ha recibido más de 180 vuelos de aviación ejecutiva desde que comenzara la temporada de caza -a principios de octubre- hasta el 15 de noviembre, de los que el 70 por ciento (126) ha correspondido a destinos internacionales. Pese a una tem-

Señorío de Guadianeja

El camino del placer



Reserva Especial



Guadianeja



Vinícola de Castilla

www.vinicoladecastilla.com

Tlf. 926 64 78 00



WINEinMODERATION.eu

Art de Vivre

El vino sólo se disfruta con moderación

Señorío de Guadianeja



porada de caza afectada también por la crisis y por las malas condiciones meteorológicas para practicar esta actividad, la infraestructura manchega ha gestionado alrededor de 4 vuelos diarios.

Por países, los vuelos con salida y llegada al Reino Unido han copado casi un tercio del tráfico de la aviación ejecutiva con 36 operaciones (29% de los vuelos del extranjero), seguido de Francia, con 33, Italia (10) y Marruecos (8). En total, el aeropuerto ha gestionado vuelos de 23 nacionalidades como de Estados Unidos, Canadá, Croacia, Rusia, Alemania, Bélgica, Portugal, Suiza, Israel, Finlandia, Emirato Árabes, entre otros.

Esto ha provocado que hubiera días, como el pasado 8 de noviembre, con un volumen importante de tráfico, como las 26 operaciones que se alcanzaron en ese mismo día, la mayoría de vuelos relacionados con la aviación ejecutiva y la actividad cinegética. Para dar respuesta a esta actividad, el Aeropuerto Central Ciudad Real ha diseñado un servicio especializado y exclusivo con una serie de ventajas para dar la mayor comodidad y agilidad tanto a los pasajeros como a la tripulación. Entre estos destaca, el acceso a parking privado para aparcamiento o traslado de pasajeros y/o tripulaciones junto a la puerta de acceso directo a plataforma; utilización de salas VIP; servicio completo de café o refrescos; transporte de pasajeros y tripulación entre aeronave y terminal; acompañamiento de pasajeros por personal de atención al cliente en todo momento; traslado de equipajes entre aeronave y transporte terrestre; traslado de armas entre aeronave y transporte terrestre pasando por control de armas; sala de descanso para tripulaciones, gestión

de reservas de hotel, rent a car, coche VIP con conductor y gestión de transferes de tripulaciones. Además, el aeropuerto gestiona diferentes servicios para la aeronave: gestión de combustible, de limpieza, de agua potable y cambio de agua residual, catering y mantenimiento de aeronave.

Se consolida así una actividad que desde sus inicios está recibiendo una buena respuesta por parte de las compañías operadoras como de los usuarios que cada día visitan las instalaciones aeroportuarias, ya que son también importante el número de aerolíneas que las están utilizando como escala previa a los aeródromos de fincas privadas de la provincia de Ciudad Real, en especial, el control de pasaportes, así como otros servicios requeridos por la tripulación.

UN CARGUERO DE 38 TONELADAS PROCEDENTES DE CHINA INAUGURA EL TRÁFICO INTERNACIONAL DE MERCANCÍAS

Un Airbus 310 de la compañía USL con 38 toneladas inauguró el pasado 25 de noviembre, el tráfico internacional de la terminal de carga del Aeropuerto Central Ciudad Real. El avión, fletado por el socio del CR Aeropuertos, DSV Air & Sea Spain, aterrizó a las 19.00 horas procedente de la Repúbli-

ca Popular China con material electrónico que fue posteriormente distribuido por toda España "puerta a puerta" por el propio operador logístico, DSV, a través de la red de 20 oficinas y 9 hubs para tráfico terrestre distribuidos por toda la geografía española.

Este vuelo chárter hizo varias escalas técnicas en los aeropuertos de Karagandá (Kazajstán) y Estambul (Turquía) después de haber despegado del aeropuerto chino de Tianjin. De esta manera, el aeropuerto —que desde el 12 de septiembre cuenta con la categoría de internacional— se convierte en una puerta de entrada estratégica para la Península y queda abierto a uno de los mercados incipientes más importantes del mundo por su población y por su posición emergente en el mercado internacional. Además, China fue hasta el pasado mes de julio, el cuarto mercado más importador por valor en España, sólo superado por Alemania, Francia e Italia.

Según fuentes de CR Aeropuertos este primer vuelo de carácter internacional da ejemplo de las posibilidades y potencial de esta infraestructura aeroportuaria debido a su estratégica ubicación marcando un antes y un después a la hora de situarse en el mercado aéreo de las mercancías. Esta operación se ha llevado a cabo en un tiempo óptimo, ya que el aeropuerto cuenta con personal propio de Handling y la agilidad en la rotación, lo cual repercute en una mayor competitividad frente a otras infraestructuras y una minimización en los costes del propio producto transportado.

Los operadores y cargadores aéreos, tanto nacionales como internacionales, pueden pensar en el aeropuerto de Ciudad Real como la infraestructura capaz de aportar valor añadido a sus operaciones y que además es una infraestructura capaz de reducir y mejorar los costes operativos de la cadena logística de carga aérea.

Además, en el mismo día también se gestionaron unas 32 toneladas aproximadas más de la línea regular que DSV y Mar de Vigo tienen operativa entre las Islas Canarias y la Península, a través del Aeropuerto Central Ciudad Real, con el transporte de pescado fresco, textil y equipos de reparación. En total, y con las 70 toneladas de ayer, el aeropuerto movilizó más de 900.000 kilos desde que en julio se inaugurará la actividad carguera, de los cuales, 200.000 han sido exportaciones, y el resto importaciones.



La Cámara de Comercio de Ciudad Real recibe una Delegación de la localidad argentina de San Martín

El pasado 14 de octubre visitaron el CEEI de Ciudad Real la presidenta de la Comisión Ejecutiva de la Factoría de Emprendedores y directora General de Planificación Económica de la Vicepresidencia y Consejería de Economía y Hacienda, Pilar Benito, quien estuvo acompañada del director general de la Factoría de Emprendedores, Jorge Moreno Moreno.

En su visita al CEEI, fueron recibidos por el presidente del Centro Europeo de Empresas e Innovación de Ciudad Real, Juan Antonio León Triviño, y por el director y subdirector del CEEI, quienes repasaron junto a los responsables de la Factoría de Emprendedores la trayectoria del CEEI de Ciudad Real, a lo largo de sus 12 años de vida, los principales proyectos y programas desarrollados, los resultados de la gestión y los proyectos y actividades que se van a desarrollar el próximo año.



Foto de familia de la Delegación procedente de Argentina y los responsables de la Cámara de Ciudad Real.

Pilar Benito y Jorge Moreno destacaron el papel del CEEI de Ciudad Real en la creación y el desarrollo de empresas, la formación, el fomento de la innovación y la gestión de parques empresariales,

y ofrecieron al CEEI su máximo apoyo y colaboración, para continuar trabajando y coordinando actividades de apoyo a la creación y el desarrollo de nuevas empresas innovadoras.

Visita a CEEI Ciudad Real de la Factoría de emprendedores

El pasado 14 de octubre visitaron el CEEI de Ciudad Real la presidenta de la Comisión Ejecutiva de la Factoría de Empren-

dedores y directora General de Planificación Económica de la Vicepresidencia y Consejería de Economía y Hacienda,

Pilar Benito, quien estuvo acompañada del director general de la Factoría de Emprendedores, Jorge Moreno Moreno.

En su visita al CEEI, fueron recibidos por el presidente del Centro Europeo de Empresas e Innovación de Ciudad Real, Juan Antonio León Triviño, y por el director y subdirector del CEEI, quienes repasaron junto a los responsables de la Factoría de Emprendedores la trayectoria del CEEI de Ciudad Real, a lo largo de sus 12 años de vida, los principales proyectos y programas desarrollados, los resultados de la gestión y los proyectos y actividades que se van a desarrollar el próximo año.

Pilar Benito y Jorge Moreno destacaron el papel del CEEI de Ciudad Real en la creación y el desarrollo de empresas, la formación, el fomento de la innovación y la gestión de parques empresariales, y ofrecieron al CEEI su máximo apoyo y colaboración, para continuar trabajando y coordinando actividades de apoyo a la creación y el desarrollo de nuevas empresas innovadoras.



Günter Lorenz, León Triviño y los responsables de la Factoría de Emprendedores.



El Consejo de Gobierno de Castilla-La Mancha, con el presidente del Ejecutivo autonómico, José María Barreda, presidiendo la mesa de reuniones.

El Pleno de las Cortes Regionales aprueba la nueva ley de Cámaras Oficiales de Comercio e Industria de Castilla-La Mancha

Los beneficiarios de esta nueva ley serán todas las empresas de la región favorecidas por los servicios camerales, contribuyendo a optimizar su acceso al desarrollo económico

Las Cámaras Oficiales de Comercio e Industria son un tradicional instrumento de apoyo a la actividad de la pequeña y mediana empresa que caracteriza nuestro tejido productivo, desarrollando actividades de promoción, formación, asesoramiento, información, apoyo y promoción exterior del empresariado regional, que en el contexto actual, caracterizado por la globalización de los mercados, una fuerte competencia exterior y la importancia esencial de las tecnologías de la sociedad de la información, se revelan especialmente útiles. Al tiempo, la naturaleza de las cámaras permite configurarlas como una herramienta de colaboración en la acción de fomento de la actividad económica que la Administración regional tiene estatutariamente encomendada.

Hasta la fecha, la Comunidad Autónoma no había ejercido las mencionadas competencias normativas, más allá de la decisión de crear el Consejo de Cámaras Oficiales de Comercio e Industria de Cas-

tilla-La Mancha mediante Decreto 4/1997, de 28 de enero. La presente Ley viene pues a completar el marco normativo básico en el que se han desenvuelto hasta la fecha las cámaras oficiales de comercio e industria, con el objetivo de dar estabilidad a su actuación y permitir un adecuado cauce de relación y tutela con la Administración autonómica.

Este proyecto de Ley establece el Estatuto Jurídico de las Cámaras de Comercio e Industria de la región definiéndolas como corporaciones de Derecho Público de base privada que asumen la representación, promoción y defensa de los intereses generales del comercio, la industria y los servicios en la comunidad autónoma.

El texto viene a completar el marco normativo básico de las Cámaras, que colaborarán con las instituciones públicas en la acción de fomento de la actividad económica y prestarán servicios para la modernización y competitividad de las

empresas de la región, y fue aprobado por el Pleno de las Cortes Regionales por unanimidad, con el objetivo de establecer el estatuto jurídico de las Cámaras de Comercio de Castilla-La Mancha.

La vicepresidenta y consejera de Economía y Hacienda, M^a. María Luisa Araujo, fue la encargada de presentar el dictamen emitido por la Comisión de Economía y Presupuestos sobre el Proyecto de Ley de Cámaras Oficiales de Comercio e Industria de la región y resalto la participación y colaboración de los empresarios en el diseño de esta Ley que está basada en el diálogo y en el buen entendimiento con todas las partes implicadas. Con ella se está mandando un mensaje de confianza a las empresas y de respecto hacia el trabajo que desarrollan quienes la representan, que son las Cámaras de Comercio.

Beneficiarios de la nueva Ley de Cámaras

Con esta normativa se pone en valor la ac-

tividad de estas corporaciones de derecho público, que han colaborado y colaboran activamente en el comercio, en la apertura de nuevos mercados y en el asesoramiento de las nuevas empresas; además las Cámaras de Comercio son una herramienta de colaboración en la acción de fomento de las actividades económicas de la región.

De esta Ley se beneficiarán todas las empresas de la región, que se verán favorecidas por los servicios camerales, contribuyendo a optimizar su acceso al desarrollo económico, lo que supondrá consecuencias positivas para toda la Comunidad Autónoma.

Por último, la vicepresidenta destacó que en Castilla-La Mancha existe una colaboración muy estrecha con las Cámaras de Comercio, "porque juntos tenemos un fin común, que es el desarrollo de las empresas de Castilla-La Mancha y por lo tanto, el futuro de la región. Esta Ley es un reconocimiento a la labor que realizan las Cámaras de Comercio en Castilla-La Mancha, que han sido y son una herramienta de colaboración con la Administración en el fomento de la acti-



La vicepresidenta Económica, M^a Luisa Araujo, presentó el dictámen de la Comisión de Economía.

vidad económica."

Para cerrar el debate, el presidente de Castilla-La Mancha, José María Barreda, subió a la tribuna para hacer un reconocimiento a las Cámaras de Comercio e Industria por el trabajo y la labor de-

sarrollada durante más de cien años en Castilla-La Mancha, y explicó que esta Ley sirve para adecuar a la realidad de hoy unas instituciones que "tan importantes han sido y siguen siendo para nuestras empresas y nuestra economía".

en tiempos difíciles confía solo en expertos



SERVICIO TÉCNICO DE
MANTENIMIENTO

Servidores
Ordenadores
Redes
Comunicaciones

PROGRAMAS
DE GESTIÓN

Contabilidad
Almacén
Facturación
TPV

 GRUPO
DINFOR

www.dinfor.es
CIUDAD REAL C./ Toledo, 34 - Telf.: 926 25 42 25
ALCÁZAR C./ Dr. Bonardell, 37 - Telf.: 926 54 55 62

Doce empresarios asisten a la jornada informativa sobre la situación del comercio en Polonia

La Cámara de Comercio, siguiendo el Plan de Formación Conjunto para este año, ha organizado una Jornada informativa sobre el mercado de Polonia que se celebró a finales de octubre, en la sede de la Cámara.

Polonia es un país en proceso de sólido desarrollo que pertenece a la Unión Europea. Tiene un Índice de Desarrollo Humano alto (0,870), pero muchos de los sectores económicos

son heredados del antiguo período comunista, lo que significa que están obsoletos. Polonia está en pleno proceso de reconversión de su economía, gracias a los fondos de compensación de la Unión Europea, y la inversión de grandes multinacionales que buscan en Polonia una mano de obra de bajo coste y alta productividad, y dentro de las fronteras de la Unión.

El evento informativo comenzó con la recepción de la docena de asistentes y la sesión de apertura. Posteriormente se trató el tema de "Oportunidades de comercio en Polonia" en el que se habló, principalmente de los sectores agroalimentario, muebles, construcción y auxiliares.

Después de un breve intervalo, tuvo lugar una mesa redonda en la que se comentaron las experiencias empresariales y continuaron con un coloquio.



Imagen de la jornada en la que se analizaron las oportunidades de negocio en Polonia.

La ventanilla única celebra una nueva edición del curso de Prevención de Riesgos Laborales



La Ventanilla Única Empresarial de Ciudad Real organizó, del 13 al 16 de octubre y por cuarto año consecutivo, un Curso Básico

de Prevención de Riesgos Laborales, dirigido a Emprendedores y Empresas de la provincia, en la sede de la Cámara de Co-

mercio e Industria de Ciudad Real.

Este curso forma parte del Proyecto de Asesoramiento sobre 'Prevención de Riesgos Laborales para Nuevas Empresas', desarrollado por el Consejo de Cámaras de Castilla La Mancha, la Consejería de Trabajo y Empleo de la Junta de Comunidades y las Ventanillas Únicas Empresariales de la región

El curso contó con la participación de 26 alumnos, a los cuales se les capacitó en el desempeño de las funciones del nivel básico de Prevención de Riesgos Laborales que la ley exige a todas las empresas. Se dieron a conocer los derechos y deberes de los trabajadores y empresarios en materia preventiva, así como la reglamentación básica aplicable en los respectivos puestos de trabajo.

Este proyecto se completó con una 'Guías prácticas' que se estructuran mediante un esquema de cuestiones básicas y su consecuente resolución, desde el ámbito más general y básico hasta definiciones concretas para los diferentes sectores de actividad.



La sede de la Cámara de Comercio acogió el I Foro de Inversores Privados de Castilla-La Mancha, en la que se mostraron varios proyectos innovadores.

CEEI Ciudad Real organiza con éxito el I Foro de Inversores Privados de Castilla-La Mancha

La Red de Business Angels de Castilla-La Mancha, GOBAN ha celebrado el I Foro de Inversores Privados de Castilla-La Mancha organizado por el Centro Europeo de Empresas e Innovación, CEEI Ciudad Real.

El foro, que se ha celebrado recientemente en la sede de la Cámara de Comercio e Industria de Ciudad Real, ha contado con la asistencia de un total de ocho inversores privados, representantes de los sectores económicos más importantes de Ciudad Real.

El objetivo de este primer encuentro ha sido presentar proyectos empresariales innovadores a inversores privados interesados en involucrarse en la gestión de estos proyectos.

Los proyectos presentados en esta ocasión son el Balneario Spa Alarcos, un complejo de turismo y ocio que ofrece servicio de Spa, fisioterapia y alojamiento ubicado en Valverde (Ciudad Real); Probiovet, una empresa de desarrollo de proyectos biotecnológicos para la obtención de proteínas de uso veterinario, agrícola y ganadero de Ciudad Real; Desintech, una empresa tecnológica ubicada en Alcázar de San Juan que ofrece servicios y asesoramiento tecnológico a empresas agroalimentarias y que ha presentado un sistema de monitorización del vino y control de fermentación; y Fibership, un astillero para la fabricación de embarcaciones de

recreo a motor y a vela que ofrece diseños propios e innovadores, ubicada en Galvez (Toledo).

La Red de Business Angels de Castilla-La Mancha, GOBAN tiene como misión proporcionar un punto de encuentro entre inversores y emprendedores ofreciendo una alternativa de inversión para los empresarios y proporcionar una plataforma de experiencia que beneficie a inversores y emprendedores.

GOBAN fue creada en el año 2007 con el apoyo de la Vicepresidencia y Consejería de Economía y Hacienda de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha y los CEEI's de Ciudad Real, Albacete y Talavera de la Reina-Toledo.

Crear empresas en Ciudad Real es más fácil

Ventanilla Unica Empresarial



Un único lugar para:

- . Orientar*
- . Tramitar y*
- . Agilizar*

C/ Lanza, 2
13004 Ciudad Real
Castilla La Mancha

Tel: 926 27 17 68
Fax: 926 22 70 11
ciudadreal@ventanillaempresarial.org
<http://www.ventanillaempresarial.org>
[Http://www.vue.es](http://www.vue.es)

SEDE:
Cámara de Comercio e
Industria de Ciudad Real



Cámara
Ciudad Real



De izquierda a derecha: Balbino Prieto, presidente del Club de Exportadores e inversores españoles, Miguel Sebastián, ministro de Industria, Turismo y Comercio, Javier Gómez-Navarro, presidente del Consejo Superior de Cámaras y José Luis Bonet, presidente del foro de marcas renombradas españolas.

Las empresas proponen más de 100 medidas para impulsar la internacionalización

Las Cámaras de Comercio, Asociación de Marcas Renombradas y Club de Exportadores sitúan la internacionalización como factor clave para la competitividad y para generar empleo sostenible

El presidente del Consejo de Cámaras de Comercio, Javier Gómez-Navarro, en representación de las Cámaras, del Club de Exportadores e Inversores y de la Asociación de Marcas Renombradas Españolas, hizo entrega al ministro de Industria, Turismo y Comercio, Miguel Sebastián, de un catálogo de más de cien medidas para superar la actual crisis económica y generar una economía competitiva, situando en el eje de dichas propuestas el impulso de la presencia internacional de las empresas españolas a través de una mejora

Superar la actual crisis económica y generar una economía competitiva, objetivo del centenar de medidas

de la competitividad y una reorientación de las políticas de apoyo a la internacionalización.

El presidente del Consejo de Cámara de Comercio señaló, durante la celebra-

ción de la I Cumbre de Internacionalización en la que también participó la secretaria de Estado de Comercio, Silvia Iranzo, que en un momento de escasez de recursos, es más necesario que nunca actuar con una mayor eficiencia. Por ello, las propuestas elaboradas constituyen un catálogo realista, necesario de abordar si se quiere salir antes y mejor de la crisis, contando con empresas modernas, eficaces, competitivas, con mayor presencia internacional y capaces de generar empleo sostenible.

Por su parte, José Luis Bonet, presidente de la Asociación de Marcas Renombradas Españolas y de Freixenet, hizo hincapié en que el cambio del modelo productivo español llevará largo tiempo y afectará a todas las empresas, incluyendo a las de los sectores tradicionales. En definitiva, se trata no sólo de vender más o de vender algo distinto, sino de vender mejor. Por tanto, es importante apoyar el proceso de globalización de las marcas españolas y aprovechar así su contribución a la mejora de la imagen comercial del país.

En la misma línea se pronunció, Balbino Prieto, presidente del Club de Exportadores e Inversores Españoles, quien

La I Cumbre de Internalización contó con la presencia de un total de 600 representantes de empresas y de las administraciones públicas

remarcó que en el marco de una economía abierta como la española, una decisión de competitividad es una decisión de supervivencia, en tanto que una decisión de internacionalización es una decisión de crecimiento. Por tanto, Balbino Prieto abogó por una estrategia de crecimiento que supere la actual crisis pasa, de mane-

ra inevitable, por la internacionalización.

Las Cámaras de Comercio, la Asociación de Marcas Renombradas Españolas y el Club de Exportadores e Inversores aprovecharon la celebración de la I Cumbre de Internacionalización, a la que asistieron más de 600 representantes de empresas y de las administraciones públicas, para proponer la firma de un Pacto de Estado por la Competitividad, al considerar que la salida de la crisis es una responsabilidad compartida de la Administración, las empresas y la sociedad en su conjunto. Además, anunciaron la creación de un Comité Empresarial de Internacionalización para seguir el desarrollo de las medidas planteadas y hacer nuevas propuestas.



Las empresas nacionales apuestan por mejorar la competitividad y abrir nuevos mercados como alternativa a la situación económica.

PROPUESTAS DE LA I CUMBRE DE INTERNACIONALIZACIÓN

Entre las más de cien medidas propuestas en esta I Cumbre, detalladas en cinco ponencias y fruto de meses de trabajo entre representantes de empresas y expertos, destacan:

1. MARCO INSTITUCIONAL DE APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN:

- Aumentar la participación de las empresas en el diseño de políticas y planes de internacionalización.
- Establecer un modelo de colaboración entre los distintos niveles y ámbitos de las Administraciones Públicas dedicadas a la internacionalización.
- Reforma y potenciación del servicio exterior.
- Sustituir el enfoque de políticas sectoriales por el de empresas con capacidad competitiva.
- Alianza de las Administraciones Públicas con las empresas y marcas líderes para que actúen como fuerzas tractoras.
- Estímulo al aumento del tamaño medio de la empresa y a la cultura de la internacionalización.

2. RECURSOS FINANCIEROS PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN:

- Dotar al ICO de líneas adicionales para la financiación de exportaciones, que compensen la falta de liquidez y financiación.
- Dotar al CESCE (Compañía Española de Seguros de Crédito a la Exportación) de un papel anticíclico más activo para pymes y ampliar los criterios de cobertura en la prefinanciación de contratos.
- La multiplicidad de actores (ICO, CESCE, Cofides, ...) exige un análisis del marco organizativo para garantizar una mejor complementariedad y coordinación.

3. CAPITAL COMERCIAL (INNOVACIÓN, MARCAS E IMAGEN PAÍS):

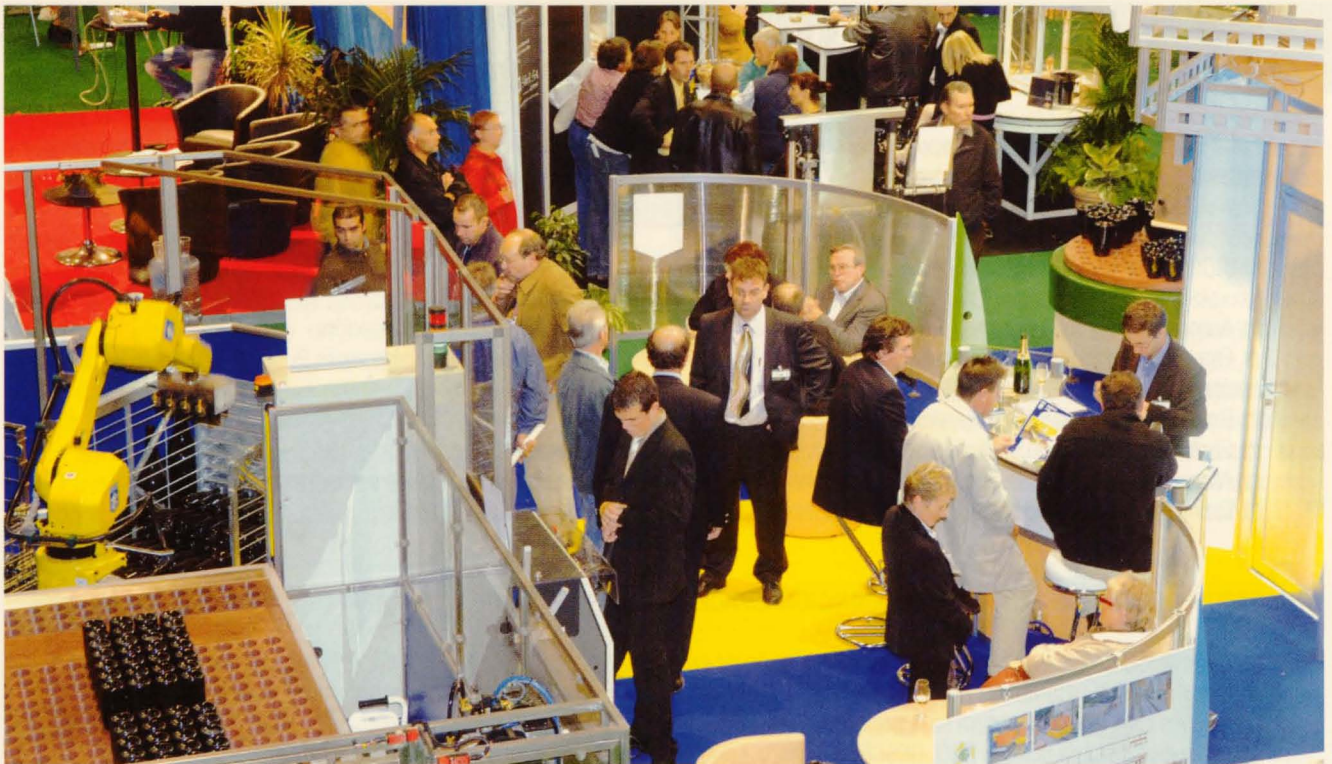
- Reforma y potenciación de los planes de internacionalización de marcas españolas.
- Creación de un fondo de capital riesgo para el lanzamiento de marcas españolas o adquisición de marcas extranjeras.
- Mejorar el tratamiento fiscal a la innovación comercial, incluyendo cambios en la organización de la empresa o en las técnicas de mercadotecnia.
- Potenciar la imagen del país introduciendo incentivos fiscales al patrocinio del Made in/by Spain y apalancamiento en personalidades españolas con prestigio en el exterior.

4. CAPITAL HUMANO:

- Fomentar la interacción entre el sistema de enseñanza superior y las empresas.
- Medidas eficaces y urgentes en el aprendizaje de idiomas.
- Implantar una formación reglada de 3-4 años en comercio exterior.
- Desarrollo de la Ley 2002 sobre Cualificaciones en la FP, en lo que respecta a los títulos de comercio exterior.
- Llevar a cabo una reordenación y especialización entre las instituciones públicas que se ocupan de la formación en internacionalización introduciendo la valoración de la calidad.
- Dar un trato adecuado a la fiscalidad de los expatriados o crear mecanismos más ágiles para la incorporación de impatriados expertos.

5. MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD:

- Medidas de estímulo que permitan un mayor aprovechamiento empresarial de las políticas de innovación.
- Reducir las cotizaciones sociales a cargo de las empresas para poder competir en condiciones similares con las de otros países.
- Reforma del mercado de trabajo, flexibilizando e incentivando la prolongación de la vida laboral en casos de alto nivel de experiencia.
- Simplificación de cargas burocráticas, que implican un coste diferencial para las empresas españolas respecto a las de otros países.
- Defensa de la unidad de mercado.
- Fomento de la cultura emprendedora.



Contar con un colaborador en los países donde exportamos nuestros productos es fundamental. Aunque hay que saber elegir a quien te representa.

OBJETIVO: elegir distribuidor

Sociedad mercantil con una estructura desarrollada que cuenta con los medios necesarios para realizar cada fase del proceso de importación y venta, trabajando por cuenta propia

La utilización de la figura de un agente o distribuidor en los mercados exteriores resulta relativamente sencilla, práctica y no muy costosa. Es la fórmula que suelen utilizar las empresas que se introducen por primera vez en un mercado, especialmente si son pymes.

El distribuidor es un intermediario que importa los productos, es decir, toma posesión de la mercancía, y luego la revende a los clientes finales dentro de una determinada zona geográfica, de acuerdo con una serie de pactos establecidos mediante contrato entre él y el exportador. El agente, por el contrario, actúa en representación de la empresa exportadora en el país de destino, pero sin adquirir los productos.

Muchas pymes españolas han elegido la figura del distribuidor internacional para acceder a los mercados exteriores.



Una opción que pasa por definir su perfil ideal, buscar los posibles candidatos y elegir uno, algo no siempre sencillo.

La elección de un distribuidor suele sancionarse mediante un **contrato** en cuyas cláusulas no se puede dejar nada al azar. El exportador estará obligado a hacer un seguimiento y control del cumplimiento de las obligaciones del distribuidor.

A diferencia del **agente**, quien, a cambio de una comisión, actúa en representación de la empresa exportadora en el país de destino sin tomar posesión de los productos, el distribuidor importa en firme los productos del exportador por su cuenta y riesgo: es decir, toma posesión de la mercancía y luego la revende a los clientes finales, lo que prácticamente le convierte en un cliente para la empresa productora.

El distribuidor es una sociedad mercantil con una estructura desarrollada que cuenta con los medios necesarios para realizar cada fase del proceso de importación y venta, trabaja por cuenta propia y supone para el exportador un intermediario-cliente que compra los productos y los vende dentro de una determinada zona geográfica. Un contrato con un distribuidor persigue asegurar una relación contractual a largo plazo, estable y beneficiosa para ambas partes.

El exportador pierde por tanto control del mercado, pero a cambio reduce el riesgo de las operaciones, pues al adquirir el distribuidor los productos en firme, queda asegurado el compromiso de su activa participación en las estrategias y acciones de marketing.

A la hora de elegir un distribuidor podemos considerar diferentes etapas, muchas de ellas son exactamente iguales cuando se busca un distribuidor que cuando se busca un agente, pero nos tendremos sólo en aquellas aplicables al distribuidor.

Definición del perfil ideal

Para una adecuada selección del distribuidor, antes que nada, se debe tener claro qué se puede esperar de él y observar cómo se puede adaptar a las condiciones de la empresa, y para ello es fundamental tener presentes las actividades que se quieren que realice.

Entre las principales actividades se encuentra la información sobre el mercado, la presentación del exportador y sus productos, la negociación y, por último, el cierre de operaciones de compraventa.

Cuando un exportador decide realizar sus ventas a través de un distribuidor espera de él que compre en firme sus productos según las condiciones pactadas; los venda en la zona designada y a precio competitivo; cuente con infraestructura suficiente, disponga de almacenes y mantenga stocks de los productos; realice las tareas logísticas para satisfacer las exigencias de los detallistas y compradores finales; participe en las actividades de



TARJETAS UNICAJA

La compra del supermercado.
Con MasterCard o Visa,
y sin pasar por el cajero.

La reparación del coche.
Con Unidúo,
en reducidas cuotas
y ni me entero.

Con las tarjetas de Unicaja siempre estarás cubierto, tanto en el día a día como en las ocasiones extraordinarias. Paga las pequeñas compras con la tarjeta MasterCard o Visa y cualquier gasto extraordinario en cómodas cuotas mensuales con la tarjeta Unidúo. Pase lo que pase, tienes una tarjeta para cada momento.

Consulte condiciones en su oficina. Concesión sujeta a criterio de la entidad.

www.unicajas.es 901 246 246 - 952 076 263



promoción que realice el exportador; concede créditos a detallistas y clientes finales; y, por último, proporcione servicio posventa.

Las primeras fases

La búsqueda e identificación es idéntica a la descrita para los agentes. Recordamos que en estas tareas el exportador puede recurrir a múltiples fuentes e Internet también puede resultar de gran utilidad.

Tampoco en la selección del distribuidor hay diferencia respecto al procedimiento expuesto para la selección del agente, aunque insistiremos en que en la comunicación escrita que se envíe a los posibles candidatos hay que reflejar siempre nuestro interés por encontrar un distribuidor en el mercado de referencia, para lo que es conveniente indicar alguna información sobre el territorio y los productos, además de expresar el perfil aproximado del distribuidor que se busca.

Tras la selección del candidato, donde tampoco hay diferencias esenciales con respecto al caso del agente comer-

En cuanto a las figuras técnicas más habituales en el comercio internacional, se pueden resumir en: **Agente comercial, Dealer, Representante, Distribuidor.**

cial, llega la fase donde sí hay cuestiones específicas en el caso del distribuidor: la negociación de las condiciones de colaboración y la firma del contrato.

Guía de Selección de Agentes

A través de esta guía, y con un lenguaje sencillo, se desarrollan las diversas fases estructuradas a seguir en la selección de importadores; desde el planteamiento inicial de cómo dar respuesta a la necesidad de introducirse en un mercado por medio de un importador / distribuidor, hasta su selección final y plasmación de la relación por escrito, mediante la

realización de acuerdo contractual.

La guía para la selección de Agentes Comerciales en el Exterior, es una herramienta a través de la cuál la empresa comprenderá la importancia que tiene la figura del Agente Comercial en el Exterior, su significado, características y los medios más efectivos para su selección, en base a nuestros intereses comerciales.

La Guía se ha estructurado en 20 apartados distintos, que suponen pasos recomendados que debe seguir una empresa para la selección de un agente comercial en un país extranjero.

La definición de la figura del Agente Comercial, la distinción entre agente y distribuidor y sus diferentes perfiles, el contrato de agencia y sus características legales de acuerdo con la legislación vigente, los diferentes modelos de contratos de agencia, métodos y fuentes de búsqueda de agentes en el exterior, son algunos de los apartados que desarrolla la Guía; todo ello, de forma directa y con la facilidad añadida de contar con numerosos enlaces a páginas web que ofrecen información y datos de interés.

A través de la página web del Consejo Superior de Cámaras podrá acceder a esta completa guía que sin duda será de gran utilidad para reflexionar sobre los pasos a seguir en este proceso:

<http://www.plancameral.org/Guias/AgentesComerciales/>

Cuando una PYME comienza su camino exportador en un nuevo mercado, una de sus primeras decisiones será la localización de un Agente comercial que no le suponga un coste fijo, que tenga conocimiento y presencia en dicho mercado. Hay que ser consciente de que, aunque parece una decisión sencilla, no lo es. Si tomó antes una decisión de este tipo, compruebe si siguió los pasos necesarios para buscar adecuadamente un agente en el exterior. Adjuntamos un documento de check-list donde usted podrá comprobar si fue así y qué debe corregir.

La decisión sobre el agente comercial exterior puede complicarse y puede convertirse en un problema para la evolución de la empresa en dicho mercado.

En la guía también aparece una plantilla resumen que le permitirá hacer las anotaciones que estime oportunas en cada uno de los pasos de la guía, para que le sirva de documento de trabajo.



Fuente: El Exportador. ICEX

También

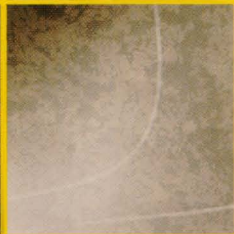
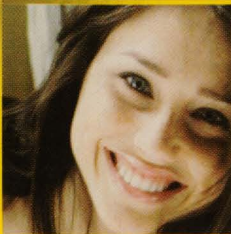
en **N**a**i**dad estamos contigo



Caja Rural de Ciudad Real
Cuando Quieras

Felices Fiestas

●
Ciudad Real



CAJA RURAL
DE CIUDAD REAL

www.ruralvia.com/ciudadreal



Emilio Camuñas, Director de NIVEL 15

Nivel 15, trabajan con los sistemas de calidad más avanzados

Cuentan con 20 años de experiencia en el sector de la publicidad con una plantilla de más de 40 profesionales

Nivel 15 es una agencia de publicidad que realiza gran variedad de servicios y está ubicada en el Parque Industrial Avanzado "Juan Ignacio Cirac", en Ciudad Real.

Desde sus nuevas instalaciones, Emilio Camuñas, el director de la Agencia de Publicidad Nivel 15, nos atiende, ¿qué es NIVEL 15?

Nivel 15 es una agencia de publicidad, con más de 20 años de experiencia donde nos dedicamos a responder sin limitaciones a las necesidades del cliente. Siempre hemos dirigido nuestros esfuerzos a ayudar a nuestros clientes a conseguir sus mejores resultados. Esto lo avalan

los más de 1.100 clientes que tenemos en todo el territorio nacional. Desde aquí hago una llamada de atención a cientos de empresas y las Instituciones de nuestra Comunidad, para que confíen en empresas que como la nuestra trabaja por y para Castilla la Mancha.

¿Cómo puede Nivel 15 responder a las necesidades del cliente?, ¿con qué tecnología cuenta?

Pues haciendo lo que nosotros llamamos "lo que necesite su empresa". Lanzamos su producto al mercado, desde una imagen corporativa, un catálogo de empresa, un folleto publicitario, PLV, una

inserción en prensa, diseño de envases y embalajes... todo el proceso es controlado por los estándares de color ISO, para que no haya sorpresas en el producto final. Además, gracias a nuestra gran capacidad de soluciones nos adaptamos a la inversión de su empresa. La tecnología con la que contamos es vital para controlar la garantía de calidad del producto final. También debo hacer especial mención a nuestros R.R. H.H., Un equipo de personas, que cada uno en su puesto, hace todo lo posible por satisfacer las exigencias de nuestros clientes, con profesionalidad y espíritu de servicio.

¿De qué forma llegan a tener claras las necesidades del cliente?

Lo primero es tener una entrevista con el cliente en la que nos informará de su situación actual, de su trayectoria profesional y de cuales son los objetivos que pretenden conseguir. Con esta información NIVEL 15 realizará un estudio que le garantice una comunicación efectiva dirigida a su público objetivo para potenciar sus ventas. No queremos que nuestros clientes malgasten su dinero, por eso nos adaptamos a la inversión que tenga nuestro cliente.

Y, una vez que conocen al cliente, trayectoria y objetivos: ¿cuál es el siguiente paso?

Pues, efectivamente, tras una exposición de los objetivos que pretende conseguir nuestro cliente, nuestro Know how avalado por miles de campañas exitosas, el departamento de marketing ó de nuevas tecnologías de Nivel 15 estudiará un conjunto de actuaciones necesarias para que su imagen de marca y sus campañas de comunicación impacten a su público objetivo, de manera que rentabilizamos cada euro de su inversión.

Dependiendo de la inversión que pretenda hacer la empresa para la que trabajan, tendrán que realizar un trabajo u otro, ¿cómo se decide?

Lo que pretendemos, ya que, como decía antes, conocemos la trayectoria y los objetivos del cliente y ahora también conocemos la inversión que destina a publicidad, es hacerle disponer de una batería de acciones que desarrollaremos en un plan anual. Hay muchos medios

publicitarios: marketing directo, catálogos, prensa, radio, TV,... Nuestro cliente no tiene porqué saber cual elegir, NOSOTROS SI. No queremos que nuestro cliente realice grandes inversiones puntuales, desarrollaremos una planificación anual ajustándonos a su presupuesto para que su publicidad este presente de una forma continuada. Optimizamos al máximo el dinero invertido y garantizamos la efectividad de nuestra propuesta.

Esto es lo que se suele decir "zapatero a tus zapatos", ¿no?

Si, porque tanto o más importante que la publicidad, es el control que se haga de esta. Nivel 15 realiza seguimientos de la correcta emisión para asegurar así los resultados. Controles de distribución, seguimiento de emisión en radio y prensa, correcta ubicación de la publicidad en el punto de venta, todo es controlado para aumentar la efectividad de la publicidad.

Nos decía antes que cuentan con un Departamento de Nuevas Tecnologías, ¿en qué consiste este?

Nuestro departamento de nuevas tecnologías e I+D+I pone a su disposición los últimos avances y las ultimas soluciones para potenciar su negocio. Nuestra principal preocupación es cuidar la imagen de nuestros clientes, por eso día a día innovamos para dar las mejores soluciones. Diseño Web, posicionamiento en buscadores, CD's y DVD's interactivos, Spot de T.V., e-commerce... Una mala imagen puede hacernos perder un

cliente, actualizando permanentemente la imagen, incluida la externa, a la que también nos dedicamos, las ventas se notan.

Dice, Emilio, qué también se dedican a la actualización de imagen externa, ¿a qué se refiere exactamente?

Pues es que diseñamos o reformamos su negocio, pues un área de nuestra empresa se dedica al diseño y decoración de espacios, buscando una imagen actual de su negocio. Nuestro personal cualificado le desarrollará un proyecto acorde con sus necesidades. Le diseñamos o reformamos su fachada, oficinas, establecimiento comercial... Le realizamos un proyecto basado en las últimas tendencias y además le garantizamos un ahorro en costo en la ejecución de dicho proyecto. Le enseñamos su negocio en 3D antes de iniciar cualquier inversión. Además, potenciamos una gran sinergias entre los diferentes departamentos, ya que al tiempo que uno trabaja en el proyecto de reforma otro esta trabajando en una campaña publicitaria agresiva., con objeto de lograr los recursos necesarios para acometer ese tipo de inversiones, hemos llegado a lograr hasta el 80 % de los recursos necesarios mediante este tipo de campañas publicitarias, posteriormente se trabaja en campañas publicitarias planificadas a fin de que la inversión se haga rentable.

Por último, díganos, ¿dónde podemos localizarlos?

Estamos en el Parque Industrial Avanzado, en la Avenida de las Ciencias, detrás de la Estación del AVE. Junto a la ITV.



Plan Doble Opción

“Yo prefiero una alta rentabilidad”

Ahora tú eliges. Con el Plan Doble Opción obtendrás tranquilidad para tu futuro a la vez que disfrutas de tus ahorros en el presente.

Porque, contratando el plan de pensiones PlanCaixa Doble Opción, puedes acceder a un depósito a 1 año cobrando los intereses en el momento de la

contratación o, si lo prefieres, llevarte un televisor o una videocámara en función de tu aportación al plan de pensiones y a partir de un importe mínimo de 3.000 euros¹.

¿Hablamos?



DEPÓSITO A 1 AÑO

**%
TAE***

INTERESES POR ANTICIPADO

contratando el plan de pensiones PlanCaixa Doble Opción

*Interés nominal anual: 4,76%; liquidación de intereses por anticipado. Oferta válida para las nuevas aportaciones y/o traspasos externos realizados al PlanCaixa Doble Opción desde otras entidades gestoras, del 2 de noviembre al 31 de diciembre de 2009. A las cantidades que se abonen se les aplicará la normativa fiscal vigente. Promoción no acumulable a otras ofertas. **Importe máximo del depósito: el doble de las aportaciones y/o traspasos externos efectuados al PlanCaixa Doble Opción. Importe máximo de la emisión del PlanCaixa Doble Opción: 20 millones de euros (conjuntamente con el plan de previsión individual GeroCaixa Doble Opción).** Consulta el resto de condiciones de la promoción.
1. Promoción válida para las nuevas aportaciones y/o traspasos externos realizados al PlanCaixa Doble Opción, desde otras entidades gestoras, del 2 de noviembre al 31 de diciembre de 2009 o hasta agotar existencias (2.000 televisores de 32", 2.000 televisores de 19" y 2.000 videocámaras) y limitada a un regalo por cliente. El regalo es un obsequio que ofrece VidaCaixa. Consulta las características técnicas de los artículos en la oficina. La promoción está sujeta al IRPF y no es acumulable a otras ofertas.
Caja de Ahorros y Pensiones de Barcelona, entidad depositaria del plan de pensiones PlanCaixa Doble Opción. Inscrita en el RM de Barcelona, tomo 20397, folio 1, hoja B-5614, con el número 3003. NIF G-58899998. VidaCaixa, S.A. de Seguros y Reaseguros, entidad gestora y promotora del plan de pensiones PlanCaixa Doble Opción. Inscrita en el RM de Barcelona, tomo 8402, libro 7653, sección 2ª, folio 128, hoja 97107. NIF A-58333261. RBE nº: 4027/09.



Patrocinador del Equipo Olímpico Español

Biblioteca Virtual de Castilla-La Mancha. Empresa, La. 11/2009.

www.lacaixa.es

Ayudas para mejorar la competitividad de las empresas

Nueva convocatoria de ayudas del Gobierno regional para mejorar la competitividad de las empresas facilitando inversiones

La Vicepresidencia y Consejería de Economía y Hacienda ha publicado la convocatoria de subvenciones a la competitividad e incentivos a la inversión empresarial de Castilla-La Mancha (DOCM nº 206 de 22 de octubre de 2009) reguladas en la Orden 25-09-2008.

Estas ayudas tienen como finalidad la mejora de la competitividad de las empresas de la región, facilitando la realización de inversiones empresariales productivas, la mejora de procesos y productos, su diferenciación frente a la competencia, la apertura de nuevos mercados nacionales e internacionales y el aprovechamiento de sinergias derivadas de la cooperación.

Estas ayudas podrán ser solicitadas por empresas industriales y de servicios, especialmente pequeñas y medianas empresas, además de personas físicas, jurídicas, comunidades de bienes y organismos intermedios, excepto sociedades laborales

y cooperativas. La Orden regula un listado de actividades que no son subvencionables entre ellas las siguientes: empresas inmobiliarias, constructoras, consultorías, gestorías, asesorías, agroalimentarias, cafés, bares y similares, actividades sanitarias y veterinarias, farmacias, educación, inspección técnica de vehículos y producción y distribución de energía.

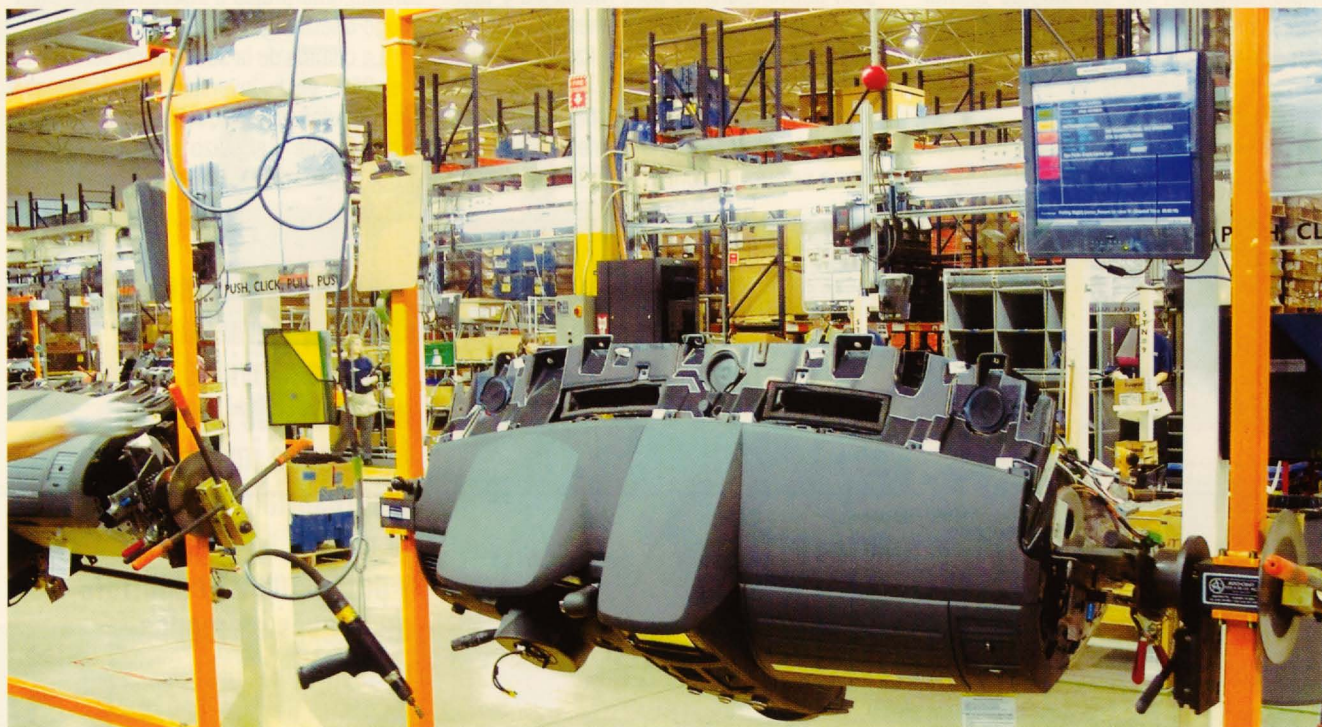
Los proyectos subvencionables deberán reunir una serie de requisitos como ser proyectos técnica, económica y financieramente factibles, o que no superen el límite de 901.518 euros de inversión subvencionable. Además, las inversiones no se podrán iniciar con anterioridad a la solicitud de la ayuda.

La citada orden regula 6 líneas diferentes de ayudas. Así, en primer lugar se establecen **Subvenciones a la Inversión Empresarial**, línea de subvenciones que estable ayudas a las nuevas inversiones

generadoras de empleo, es decir inversiones en nuevos proyectos empresariales o nueva actividad que lleve consigo la creación de un mínimo de cinco puestos de trabajo a jornada completa y en el Régimen General, a la ampliación, para proyectos de inversión que supongan un aumento de la capacidad productiva de la empresa ya constituida y a la modernización, es decir, para proyectos de inversión en activos fijos, cuando esta inversión conlleve el aumento de la productividad o de la calidad en la prestación de un servicio.

Asimismo, y dentro de esta línea de ayudas, se señalará que se subvencionará el inmovilizado material nuevo y los gastos necesarios para su puesta en funcionamiento. Además, la ayuda se concederá en régimen de concurrencia competitiva y su cuantía será del 15% con carácter general, pudiendo llegar hasta el 30% de la inversión.

Los proyectos subvencionables deberán estar comprendidos entre los 30.050 euros y los 901.518 euros, mientras que el plazo para solicitar esta ayuda finalizará el 22 de febrero de 2010.



En la segunda línea de ayudas, **Subvenciones a estrategias comerciales en el ámbito del Comercio Interior**, se subvencionarán las actividades que tengan como objetivo la apertura de nuevos mercados o la mejora de la comercialización de sus productos como son la realización de estudios de mercado y prospección; la realización de campañas publicitarias en medios especializados del sector de la actividad; la elaboración de planes de marketing que contemplen una nueva estrategia comercial, diseño y elaboración de catálogos, trípticos, carteles y displays de los productos que fabrica la empresa, además del diseño y elaboración de páginas web publicitarias y la inclusión en buscadores; y el diseño y elaboración de prototipos de muestrarios para el lanzamiento de nuevos productos.

La cuantía de la subvención será del 20 y el 25% de la inversión subvencionable para medianas y pequeñas empresa respectivamente. El plazo para solicitar esta ayuda finalizará el 22 de enero de 2010.

En la tercera línea de ayudas, **Subvenciones para la promoción de la internacionalización**, puede ser objeto de ayuda proyectos como la elaboración de estudios de prospectiva y estrategias comerciales para la confección de planes de internacionalización para la apertura, desarrollo o consolidación de mercados en el ámbito internacional; la implementación de estrategias comerciales y planes de internacionalización para la apertura, desarrollo o consolidación de mercados en el ámbito internacional; la participación en ferias, convenciones comerciales y misiones comerciales directas de carácter inter-



nacional organizadas fuera de la nación; los viajes de prospección de mercados realizados por empresas; y las misiones comerciales inversas organizadas por empresas industriales para la comercialización de productos.

En este sentido, la cuantía de la subvención será del 20 y el 25% de la inversión subvencionable para medianas y pequeñas empresa respectivamente. El plazo para solicitar esta ayuda finalizará el 22 de enero de 2010.

En la línea denominada **Subvenciones para asistencia a ferias comerciales interiores** se subvencionará la participación de

empresas y organismos intermedios como expositores con stand propio en las ferias comerciales interiores celebradas fuera de Castilla-La Mancha.

En este sentido, los conceptos subvencionables son: canon del suelo, construcción del stand y gastos de decoración, alquiler de mobiliario, transporte de mercancías, intérpretes e inserciones en el catálogo oficial de la feria.

La cuantía de la subvención será del 20 y el 25% de la inversión subvencionable para medianas y pequeñas empresa respectivamente y el plazo para solicitar esta ayuda finalizará el 22 de enero de 2010.



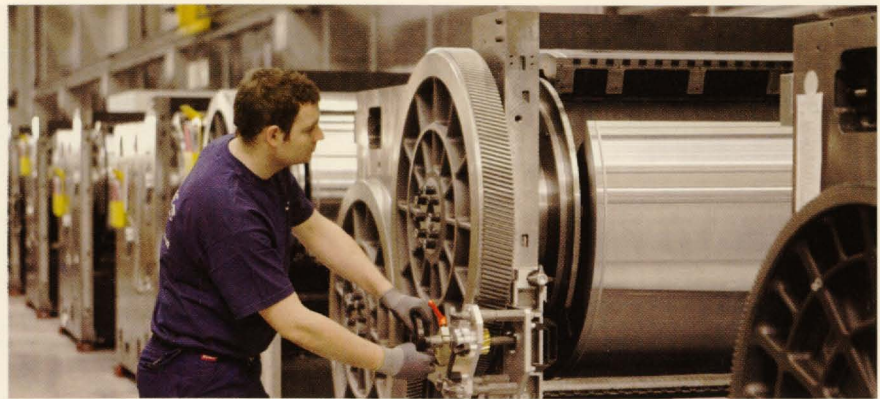
Estas ayudas tienen como finalidad la mejora de la competitividad de las empresas de la región, facilitando inversiones empresariales productivas, la mejora de procesos y productos o la apertura de nuevos mercados internacionales

Asimismo, también se contemplan **Subvenciones para el fomento de la cooperación, colaboración y agrupación de empresas** para los proyectos de cooperación para generar productos o procesos innovadores: diseño de nuevos productos o servicios, diseño de procesos productivos innovadores; proyectos de mejora de la posición competitiva: alianzas formales de empresas o procesos de fusión para acceder a nuevos mercados o proyectos de cooperación en red: puesta en común de infraestructuras tecnológicas de información y conocimiento.

La cuantía de la subvención será del 40 y el 50% de la inversión subvencionable para medianas y pequeñas empresa respectivamente. El plazo para solicitar esta ayuda finalizará el 22 de enero de 2010.

Por último, se establece una línea de subvenciones a microempresas, **Ayudas a Microempresas**, ayudas reguladas por la Orden 08-10-2008, de la Vicepresidencia y Consejería de Economía y Hacienda (DOCM nº 225 de 31 de octubre de 2008).

Podrán solicitar estas ayudas las empresas industriales y de servicios que ten-



gan la consideración de microempresas, además de las personas físicas y las comunidades de bienes, exceptuando las cooperativas y sociedades laborales.


No podrán solicitar las ayudas las industrias agroalimentarias, constructoras e inmobiliarias, industrias agrícolas y ganaderas, restaurantes y similares, actividades sanitarias y veterinarias, educación y actividades de producción y distribución de energía.

Según establece la orden reguladora de las ayudas, se subvencionará la realización de obra civil, la adquisición de bienes de

equipo, maquinaria, instalaciones y utillaje, equipos informáticos y programas y trabajos de planificación e ingeniería.

La cuantía de la subvención será como máximo del 30% de la inversión subvencionable. El plazo para solicitar esta ayuda finalizará el 22 de enero de 2010.

Fuente: Elaboración propia, según la Orden 25-09-2008 (DOCM nº 206 de 7 de octubre de 2008) y Orden 08-10-2008 (DOCM nº 225 de 31 de octubre de 2008) de la Vicepresidencia y Consejería de Economía y Hacienda de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.



EXCEED YOUR VISION

GT-S50




GT-S80



Escáner Documental

El escáner de imágenes y documentos **GT-S50** y **GT-S80** de **EPSON** representan una increíble oportunidad en cuanto a valor/precio gracias a su notable confiabilidad, potente desempeño y funciones fáciles de usar.

- 
-  Gran Velocidad
-  Escáner de documentos de alta velocidad
-  Escáner a color
-  Escáner por ambos lados





www.dinfor.es
 CIUDAD REAL C./ Toledo, 34 - Telf.: 926 25 42 25
 ALCÁZAR C./ Dr. Bonardell, 37 - Telf.: 926 54 55 62



Imagen de la representación de la Mesa de Carne de Caza en la 30ª edición de la feria de alimentación y bebidas.

Por primera vez, la carne de caza está presente en Anuga

La 30ª edición de esta feria, la más importante a nivel mundial en el sector de alimentación y bebidas, se celebra cada dos años en Colonia.

La Cámara Oficial de Comercio e Industria promueve la participación de la Mesa de Carne de Caza en Anuga. Esta Mesa de la Lonja Agropecuaria de Ciudad Real organizó la participación conjunta de empresas comercializadoras de productos de Carne de Caza Silvestre, por primera vez en la feria ANUGA 2009, a través de la Consejería de Agricultura y Desarrollo Rural en el stand agrupado que este año ha estado integrado dentro del Pabellón Oficial de España, coordinado por el Instituto Español de Comercio Exterior, ICEX. Esta es la quinta vez que Castilla-La Mancha participa, con una treintena de empresas de sectores muy diversos que van desde las conservas, productos cárnicos, bebidas, lácteos y delicatessen.

Fue esta la 30ª edición de esta feria, la más importante a nivel mundial de todas las ferias de alimentación y bebidas, que se celebra cada dos años en Colonia, Alemania, y en su última edición hubo 6.607 expositores de 95 países presentaron sus productos y servicios ocupando un área de 304.000 metros cuadrados. Se trata de un encuentro dirigido a un público exclusivamente profesional, integrado por compradores, distribuidores, mayoristas, minoristas, centrales de compra, productores de productos agroalimentarios, responsables del sector de restauración, periodistas y otros representantes de sectores relacionados.

Igualmente, se celebraron unas Jornadas sobre el vino y maridaje de carne de

caza silvestre y queso manchego, que el Gobierno de Castilla-La Mancha organizó en el marco de esta feria, a través de la Consejería de Agricultura y Desarrollo Rural. El titular de esta Consejería, D. José Luis Martínez Guijarro, destacó durante la presentación del acto que "se deben aprovechar las sinergias que pueden crear entre sí nuestra industria agroalimentaria".

En palabras del Consejero, "la industria agroalimentaria y el sector cinegético son netamente complementarios, crean decenas de miles de puestos de trabajo en nuestra Comunidad Autónoma y generan una importante actividad económica, por lo que vamos a seguir trabajando en nuevas iniciativas que refuercen esas sinergias, siempre dentro de un desarrollo sostenible".

En la presentación, el Consejero informó de la creación de una marca colectiva para la carne de caza, como herramienta para mejorar las posibilidades de comercialización de un producto que ya goza de prestigio en el mercado nacional. Esta figura de calidad recoge una demanda del sector y su aplicación favorecerá las posibilidades de comercialización y garantizará la calidad de un producto que es el resultado de una actividad respetuosa con el entorno en el que se desarrolla.

A la Jornada asistieron periodistas especializados, importadores y empresas agroalimentarias y cinegéticas.



Los emprendedores encuentran en la Ventanilla Única la forma más sencilla de realizar sus trámites burocráticos a la hora de iniciar un proyecto empresarial.

La Ventanilla Única simplifica los trámites para crear una empresa

La Ventanilla Única Empresarial fomenta la cooperación y relación entre las distintas instituciones y órganos de la Administración Pública

La Ventanilla Única Empresarial (VUE) es un proyecto creado en el año 1999 a consecuencia de unos acuerdos entre la Administración General del Estado, las Comunidades Autónomas, los Ayuntamientos y las Cámaras de Comercio, con el objetivo de facilitar la creación de empresas mediante la constitución de centros integrados de tramitación y asesoramiento al emprendedor.

Existen 31 Ventanillas Únicas repartidas por todo el territorio nacional, siendo Castilla La Mancha, es la única Comunidad Autónoma que posee VUEs, en sus cinco capitales de provincia.

La VUE de Ciudad Real, se sumó a este proyecto el 12 de Diciembre de 2002 con la colaboración del Ministerio de Administraciones Públicas, la Junta de Comunidades de Castilla la Mancha, el Ayuntamiento de Ciudad Real y la Cámara de Comercio e Industria de Ciudad Real. Los emprendedores que acuden a las oficinas de las Ventanillas Únicas Empresariales, van a encontrar en un mismo espacio físico los servicios de orientación y tramitación.

¿Cómo funciona la VUE?

El apoyo al emprendedor que brinda la Ventanilla Única Empresarial se basa en un

trabajo coordinado entre los integrantes de la Ventanilla y una herramienta informática de gestión de expedientes.

Así, el funcionamiento de la Ventanilla Única Empresarial se basa en tres áreas sucesivas de atención al emprendedor y un proceso coordinado de repuesta a las diferentes necesidades a las diferentes necesidades:

Información y Direccionamiento: Desde aquí el emprendedor es informado de los servicios ofrecidos y dirigido al área de actuación adecuada según sus necesidades.

Orientación: sobre su proyecto empresarial, resolviendo cuestiones relativas a

la elección de la forma jurídica que puede adoptar su empresa, medios de financiación de los que puedan disponer, ayudas o subvenciones que ofrecen las Administraciones a los emprendedores, o los requisitos y trámites a seguir desde que se concibe una idea de negocio hasta que se hace realidad.

Tramitación: mediante la coordinación de todas las Administraciones presentes en la Ventanilla Única Empresarial, (Ayuntamiento de Ciudad Real, Agencia Tributaria, Seg. Social y Junta de Comunidades de Castilla la Mancha) el emprendedor puede realizar los trámites correspondientes para la puesta en marcha de su empresa.

Los trámites que se gestionan desde la Ventanilla Única Empresarial de Ciudad Real son:

☐ **Agencia Tributaria:** Declaración Censal, Obtención del CIF, Emisión de etiquetas...

☐ **Seguridad Social:** Inscripción de la Empresa en la Seguridad Social y apertura de cuenta de cotización, alta en el régimen de Trabajadores Autónomos, solicitud de afiliación, altas trabajadores...

☐ **Ayuntamiento:** Licencias municipales: de obras y de apertura (inocuas o clasificadas), liquidación de tasas...

☐ **J.C.C.M.:** Comunicación de apertura del centro de trabajo, hojas de reclamaciones, y todos los registros y autorizaciones pertinentes al ejercicio de determinadas actividades.

☐ **Cámara de Comercio:** Solicitud Certificación Negativa de Denominación.

La Ventanilla Única Empresarial, unifica, simplifica y reduce el tiempo que se dedica a la tramitación.

Fomenta la cooperación y relación entre las distintas instituciones y órganos de la Administración, dirigida fundamentalmente a conseguir mejoras de simplificación administrativa.

El emprendedor que visita la VUE debe conseguir resolver allí mismo y en el menor tiempo posible, los trámites que sean necesarios para el inicio de la actividad.

La VUE, con la finalidad de garantizar la máxima accesibilidad y alcance del servicio a cualquier emprendedor desde cualquier parte del mundo, desarrolló la VUE virtual (www.vue.es). De esa forma se pueden acceder a los servicios de tramitación y asesoramiento que ofrecen las Ventanillas Única Empresariales, sin necesidad de desplazarse hasta sus dependencias.



La Ventanilla Única Empresarial Virtual ofrece, igualmente un servicio integral al emprendedor. A través de **Herramientas de Ase-**

esoramiento, ya que ofrece información general sobre los diversos aspectos que comporta la creación de empresas me información per-





sonalizada y tutorizada sobre los trámites de cada proyecto empresarial y de **Herramientas de Tramitación**, ya que pone a disposición de

los emprendedores un sistema personalizado de seguimiento de trámites en un futuro muy próximo, la utilización de un sistema electró-

nico de realización de trámites, así como un sistema de ayuda en línea.

Constitución de empresas telemáticamente

La Ventanilla Única Empresarial de Ciudad Real está integrada en la Red de Creación de Empresas (Circe)

El Circe es una iniciativa que tiene por objeto estimular la constitución por vía telemática de nuevas empresas a través de una red de oficinas denominadas PAIT.

Se pueden constituir telemáticamente la Sociedad Limitada Nueva Empresa (SLNE.) y la Sociedad Limitada (SL.)

Entre las ventajas que la tramitación telemática ofrece destaca la de contar con una mayor agilidad a la hora de crear una empresa que la tramitación presencial. El procedimiento telemático de constitución de empresas reduce los formularios necesarios para la constitución y puesta en marcha de las Sociedades a un solo formulario virtual, el Documento Único Electrónico (DUE).

Además, requiere menos desplazamientos a los distintos organismos. El tiempo de creación en caso de la Sociedad limitada Nueva Empresa es de 48 horas.

Resultados globales de la VUE Ciudad Real

Desde que este servicio se inauguró hace casi siete años se han atendido un total de 3.299 consultas de emprendedores y se han creado 704 empresas. Indicar, en ese sentido que la forma Jurídica de la mayoría de las empresas creadas, en concreto el 80%, es la del empresario individual, mientras que el 15% lo hace como sociedad mercantil y un 5% como Comunidad de Bienes.

Las Actividades profesionales y el Comercio minorista, con un 28% y 26% respectivamente, son los sectores hacia los que más de decantan los emprendedores. Respecto del sexo de los nuevos empresarios, el 54% (383 empresas) fueron hombres el 46% (31) mujeres.

En cuanto al perfil del usuario de la VUE, lo forman personas comprendidas entre los 25 y 35 años, con estudios secundarios o superiores, buena parte de lo cuales acuden ala VUE a demandar información sobre la existencia de líneas de financiación o subvenciones y ayudas para impulsar su proyecto empresarial.



El Origen del vino



Castilla-La Mancha

Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural: Europa invierte en las zonas rurales

Consejo Regulador D.O. La Mancha

Av. Criptana, 73 • 13600 Alcázar de San Juan (Ciudad Real)

Tel. +34 926 541 523 • Fax +34 926 588 040 • www.lamanchado.es



¿Es posible ser una empresa responsable?

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) se vislumbra como reto para las organizaciones del siglo XXI y como respuesta al nuevo modelo de compañía que demanda la sociedad, en el que la innovación y el diálogo se transforman en ejes centrales de la estrategia.

Las compañías se han puesto manos a la obra para integrar la RSC en sus estrategias, sin perder de vista su principal objetivo: asegurar la rentabilidad del negocio y retribuir a los accionistas. Con la transparencia y el buen gobierno como una de sus banderas, han elaborado programas de igualdad, conciliación y diversidad para emplea-

dos, programas ambientales y sociales para mejorar y desarrollar el entorno en el que realizan su actividad. En ellos, tra-

tan de implicar a proveedores, clientes, accionistas e inversores, buscando una ventaja competitiva.

Las empresas que deciden adoptar algunas medidas de responsabilidad corporativa lo hacen por dos motivos: evitar riesgos o aprovechar oportunidades. Ello les hace ser reactivas en el primer caso y proactivas en el segundo.

El gran reto es que las pymes, que conforman el 95% del tejido industrial español, integren la sostenibilidad en su estrategia. Muchas de ellas son suministradoras de grandes corporaciones, que exigen cada vez más a sus contratistas que actúen con buenas prácticas.



Con este objetivo, se han desarrollado pautas y guías para que implanten políticas responsables en su actividad, recogiendo recomendaciones sobre su comportamiento con lo que se ha denominado los stakeholders o grupos de interés (empleados, clientes, accionistas, sociedad, administraciones, reguladores, proveedores y competidores), tanto en las áreas social y ambiental como de buen gobierno.

Las sugerencias de la mayoría de los expertos para implantar una estrategia responsable comienzan por realizar un análisis y diagnóstico de la situación de la organización en materia de sostenibilidad y definir un plan estratégico para integrarla en la empresa, algo a lo que puede ayudar escuchar la experiencia de otras compañías, a través de la asistencia a foros y seminarios o la presencia en las organizaciones empresariales surgidas para impulsar la Responsabilidad Social Corporativa.

La empresa ha dejado de estar configurada sobre el simple triángulo de actores principales: accionistas, clientes y empleados, para pasar a estar penetrada por múltiples protagonistas que generan y exigen relaciones preferentes.

Y es que uno de los primeros pasos es identificar a los grupos de interés, esos colectivos con los que cada compañía se relaciona en su actividad diaria. Conocer



sus expectativas a través del diálogo y reuniones periódicas ayuda a los distintos departamentos a establecer objetivos de

mejora y proyectos que permitan responder a sus necesidades.

Fuente: Línea Medioambiental de CLM





unir gas y
electricidad
no es un
paso,
es un
salto

Integrando a dos compañías expertas en gas y en electricidad, hemos conseguido mucho más que bienestar para más de 20 millones de hogares en todo el mundo. Ahora puedes hacer que la energía se adapte a ti y disfrutar de un mejor servicio y soluciones integrales más eficientes. Ahora puedes elegir, puedes vivir con toda la energía del mundo. ¿Nos acompañas?

gasNatural



UNION FENOSA

Con toda la energía del mundo

Castilla-La Mancha invertirá 2.500 millones para impulsar y recuperar la actividad económica de nuestra región. Generando empleo y nuevas oportunidades para todos los ciudadanos, empezando por los que más lo necesitan.



Invirtiendo en obra pública, en infraestructuras y vivienda protegida, mejorando la financiación de pymes y autónomos, simplificando los trámites, ayudando a los colectivos con necesidades especiales, buscando la optimización del gasto público, impulsando los sectores estratégicos, promocionando nuevos mercados, fomentando el uso de I+D+I para empresas, formando y cualificando a jóvenes y trabajadores.

Tenemos un gran compromiso que abarca 85 medidas con las que hoy, construimos el camino para avanzar con nuestra región.

PACTO POR CASTILLA-LA MANCHA
JUNTOS EN LA BUENA DIRECCIÓN

