

# MERCURIO

REVISTA DEL COLEGIO OFICIAL DE AGENTES COMERCIALES DE LA COMUNIDAD DE MADRID

# Mi

## modacalzado + iberpiel

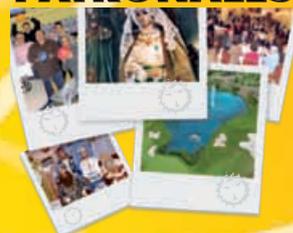
feria internacional de calzado y artículos de piel  
footwear and leather goods international fair



**ACTIVIDADES Y PRESENTACIONES DEL CANAL TV**



**PROGRAMA DE LAS FIESTAS PATRONALES**



**INAUGURACIÓN DEL II CURSO DE AGENTES COMERCIALES PARA EL COMITÉ OLÍMPICO ESPAÑOL**



**DOMOTEX 2011**



Entrevista con José Moreno Seco, Agente Comercial del Sector del Calzado.



107

**Editorial:**

- Los países emergentes en la economía globalizada. 2

**Revista de Prensa:**

- Avanzar en la movilidad profesional. 3

**El Colegio Informa:**

- Inauguración del II Curso de Agentes Comerciales organizado por el Comité Olímpico Español y el COACCM. 4
- Cursos de Agente Comercial para Mujeres y Emprendedores. 5
- El movimiento Según el Sentimiento Joseph Landa. 6
- Iniciativas y Presentaciones en directo del Canal T.V Internet del COACCM. 7
- AICE y COACCM, Organizarán la I Feria Virtual del Calzado y Complementos. 8

**Ferias Internacionales:**

- DOMOTEX 2011. 9

**Ferias Nacionales:**

- MODACALZADO + IBERPIEL. 10

**Entrevista:**

- José Moreno Seco Agente Comercial del Sector Calzado 12

**El Colegio Informa:**

- Programa de las Fiestas Patronales. 14
- Arturo Fernández, nuevo presidente de la Cámara de Comercio e Industria de Madrid. 16

**El Colegio Informa:**

- Puntos de Encuentro Modacalzado + Iberpiel. 17
- Salón Look Internacional.

**Columna del Veterano:**

- Tomás Rey Blanco. 18

**El Colegio Informa:**

- Feria del Hogar, Muebles y Decoración. 20

**Servicio Jurídico:**

- La Prohibición de Competencia. 21

**El Colegio Ofrece:**

- Alquiler de Aulas. 22
- Servicios del COACCM. 23

**El Colegio Informa:**

- Elecciones para la renovación de la Junta de Gobierno del COACCM. 24
- Calendario Ferial. Noviembre - Diciembre de 2010. Enero - Febrero de 2011.

# LOS PAÍSES EMERGENTES EN LA ECONOMÍA GLOBALIZADA

Cuando realizamos entrevistas a nuestros compañeros o a personas que ostentan la responsabilidad de las empresas para las que el Agente Comercial presta sus servicios profesionales, resulta ya un lugar común que en sus respuestas se refieran a la enorme competencia que tienen que soportar en relación con los productos importados de los países emergentes. Unos productos que en su listado afectan a casi todos los sectores de nuestra industria y hacen muy difícil mantener las expectativas de su comercialización.

Este es un fenómeno que ya venía produciéndose desde tiempos muy anteriores al estallido de la actual crisis, pero que preocupaba menos por la escasa calidad que presentaban esas producciones, debida a la menor dotación en capital humano de esos países en disposición de emplear los sofisticados recursos tecnológicos en poder de aquéllos de economías más avanzadas.

Sin embargo, en estos últimos años, en los países llamados emergentes (desde los asiáticos y africanos, hasta los latinoamericanos) este capital humano y tecnológico está creciendo a ritmos muy superiores a los registrados en las economías de los países integrados en la OCDE. Y lo más significativo es que, según fuentes del FMI, lo seguirán haciendo en el futuro más inmediato. Por lo tanto, ya no cabe hablar

de una competencia basada exclusivamente en la consecuencia derivada de unos costes salariales más bajos, sino que se trata de un desafío de superior envergadura: el originado por el desplazamiento de la fabricación hacia productos con un mayor valor y una calidad que está resultando bastante o muy aceptada por nuestros consumidores.

Asimismo, como la extensión de las tecnologías de la información no conoce fronteras, está siendo muy bien aprovechada como excelente auxiliar para la participación de los países emergentes en los procesos de transferencia de conocimientos y habilidades técnicas en el desarrollo y fabricación de cualquier tipo de producto o servicio. Es más, parece que la recuperación del ritmo de crecimiento económico global va a estar ligada, en buena medida, a lo que hagan precisamente las economías emergentes más preparadas, como las de China, India o Brasil, que serán protagonistas en la escena económica y comercial de nuestro mundo globalizado.

Una realidad que también presenta un aspecto positivo, como es la reducción del desequilibrio en la distribución de la riqueza entre los países, aunque sea mediante el aumento de esa competitividad que estamos padeciendo. Una competitividad que sería sana si todos los países cumplieran escrupulosamente las reglas de la leal competencia, sin trucos en la convertibilidad monetaria, en los costes sociales de la producción o en las tentaciones proteccionistas.

Si se dieran estas circunstancias, tan sólo dependeríamos de nuestra capacidad productiva, de las ganas de ser innovadores y de nuestro buen hacer comercial, para constituirnos en los actores resolutivos que reclaman los actuales mercados. Porque, de no hacerlo así, lo tendremos muy crudo.

## STAFF EDITORIAL

**Edita:**

Colegio Oficial de Agentes Comerciales de la Comunidad de Madrid

**Directora General**

Caroline Tak

**Director Ejecutivo:**

Angel Rivera Garrido

**Diseño y Maquetación:**

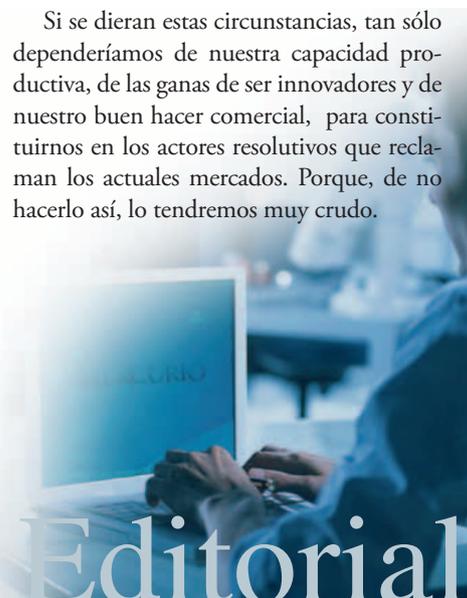
Jaime Alexandre · arteestudio@ya.com  
Arteestudio Publicidad & Comunicación

**Domicilio:**

Calle Ladera de los Almendros, 40.  
28032 Madrid

**Tel:** 91 751 47 88 / **Fax:** 91 751 47 54

**Internet:** [www.coaccm.org](http://www.coaccm.org)  
[www.coaccm.org/tv](http://www.coaccm.org/tv)  
**e-mail:** [coaccm@coaccm.org](mailto:coaccm@coaccm.org)





**El mundo  
ET DATO  
LA RAZÓN  
LA AVANGUARDIA  
Evolución  
Cinco Días  
ABC**

# AVANZAR EN LA MOVILIDAD PROFESIONAL

La movilidad de las profesiones españolas en Europa está cobrando un especial relieve, sobre todo en algunas de ellas, lo que tiene también alguna relación con factores como la crisis, las nuevas profesiones y los más actuales requerimientos de los mercados de trabajo.

Este fenómeno que viene dándose desde hace tiempo, alcanza unos niveles diversos que, si bien no arrojan datos que se correspondan con la deseable construcción europea, sí muestran como algunas profesiones españolas son muy valoradas y cubren expectativas de movilidad, en un escenario de competencia de los mercados de servicios profesionales que están regulados por los diferentes países de la Unión Europea y ordenados de forma que se produce un verdadero cumplimiento del principio de la libre circulación de personas y servicios.

Desde luego aún hay un trecho por recorrer en el camino de la movilidad y a su andadura van a contribuir las nuevas expectativas que nos presentan las alternativas profesionales y un panorama de formación, conocimiento y aprendizaje que están en evolución en el que las profesiones han de participar activamente para dar respuesta a las demandas sociales. Todo ello sin descuidar que las profesiones han de estar pendientes de lo que

la sociedad, los clientes y pacientes solicitan, pero también de lo que necesitan, en el presente y en lo previsible en el futuro.

Ello requiere un verdadero análisis continuo, una investigación basada en la práctica de cada disciplina y su interope-



abilidad con las demás, con los mercados y con las tecnologías que inexcusablemente nos lleva a advertir, a prever, el funcionamiento cambiante de los sistemas que emplean los diferentes actores. El conocimiento y el conocerse ya no tienen límites cercanos, estamos en escenarios poliédricos de a veces compleja percepción. Hemos de esforzarnos en tener y mantener una visión no sólo actual y próxima, sino también pretérita.

Las profesiones españolas se vienen situando en Europa y en el mundo con una participación activa, tanto en las estructuras monoprofesionales como en las interprofesionales (...). Esta inquietud conlleva la observación del fenómeno del ejercicio profesional y opera en las organizaciones profesionales para ser centros de referencia, en los que se analizan desde lo local hasta lo global en ámbitos culturales diversos y se estudian las tendencias mediante el acercamiento a la realidad que las profesiones palpan cada día.

La incardinación de las profesiones y sus organizaciones de ordenación y control del ejercicio en la Estrategia EU2020 resulta de la sintonía de objetivos y conceptos. Desde la formación, la creatividad, la movilidad y el emprendimiento, hasta el desarrollo del potencial de las tecnologías con vocación de ser extendido a todos los rincones, entre otros aspectos.

Necesitamos acompañantes y debate. Todos los implicados queremos lo mismo: la consecución del interés general. No se debieran producir diferencias infranqueables en el libre mercado de servicios profesionales que, como resulta evidente, requiere un cierto orden y garantías.

“Profesiones” N° 126  
Revista de la Unión Profesional

**Tu publicidad en la web del Colegio a partir de 40 €**

Ahora también puedes poner tu publicidad en la página web del Colegio y así promocionar tu empresa o negocio, por un precio especial para el colegiado. Aprovecha los precios de los Banner, a partir de 30 €/mes. El Colegio dispone de espacios reservados para estos fines tanto en el portal, como en todas las páginas de la web.

La página web del Colegio [www.coaccm.org](http://www.coaccm.org) y los servicios que ofrece a sus afiliados está consiguiendo uno de nuestros mayores objetivos: “que el Colegio tenga más facilidades y seguridad para realizar su trabajo”, teniendo una muy buena aceptación entre nuestro censo. Algunas empresas y particulares ya se anuncian en [www.coaccm.org](http://www.coaccm.org) y su publicidad la ven a diario en diferentes países. Si quieres más información ponte en contacto con el Colegio.

**• ESPACIO PUBLICITARIO •**

**Este espacio está reservado para su publicidad**

Para más información póngase en contacto con nosotros en el Teléfono: 91 751 47 88.

**Visite nuestra página web: [www.coaccm.org](http://www.coaccm.org)**

# INAUGURACIÓN DEL II CURSO DE AGENTES COMERCIALES ORGANIZADO POR EL COMITÉ OLÍMPICO ESPAÑOL Y EL COACCM



El pasado 15 de septiembre, en la sede del Comité Olímpico Español (COE), tuvo lugar el acto de inauguración del II Curso de Agentes Comerciales organizado por el mencionado Comité en colaboración con el Colegio Oficial de Agentes Comerciales de la Comunidad de Madrid (COACCM).

El curso, que fue presentado por Ricardo Leiva, director de Deportes del COE, así como por Francisco Javier Cordero y José María Quiza, presidente y secretario general, respectivamente, del COACCM, está dirigido a los deportistas de élite con el fin de que desarrollen una carrera profesional que les permita acceder a puestos de máxima responsabilidad en los departamentos comerciales de las empresas. Tras la conclusión del mismo, los participantes en

él serán acreedores al título de Agente Comercial acreditado ante el Colegio Oficial de Agentes Comerciales de la Comunidad de Madrid y expedido por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

En el acto de presentación del curso, que fue grabado para el Canal TV Internet, y al que asistieron desde un campeón del mundo, hasta varios medallistas olímpicos, Ricardo Leiva, dirigiéndose a los

alumnos, reconoció el esfuerzo que iban a realizar durante los tres meses de duración del mismo, “pero que a su finalización - dijo - va a merecer la pena, como opinaron los deportistas que lo cursaron en su primera edición y salieron con el título de Agente Comercial bajo el brazo, reconocido por el COACCM y expedido por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio”.

## Tenemos la obligación de devolveros parte de lo que nos habéis dado

Más adelante, el director de Deportes del COE manifestó su gran satisfacción porque deportistas de tan alto nivel se preocuparan por su formación, que es lo que, en definitiva, también pretendía el COE: trabajar por los deportistas facilitándoles esa formación continua del que este curso, entre otros muchos, era un ejemplo. “Tenemos la obligación - afirmó - de devolveros parte de lo que nos habéis dado, y eso lo hacemos con cariño, porque han sido muchos los años de gimnasio, pistas y piscinas en las que os habéis esforzado para que el COE también esté muy pendiente de vosotros”.

Con estas palabras, Ricardo Leiva concluyó su intervención y en nombre de Alejandro Blanco, presidente del Comité Olímpico Español declaró inaugurado el II Curso de Agentes Comerciales para deportistas de élite del COE.

A continuación, fue nuestro presidente, Francisco Javier Cordero, quien se dirigió a los asistentes afirmando que era un honor y un privilegio para nuestra corporación que, por segundo año consecutivo, Alejandro Blanco y Ricardo Leiva, verdaderos artífices de la iniciativa, hayan confiado en el COACCM para organizar el II Curso de Agentes Comerciales con el com-

promiso de ayudar a los deportistas, para que cuando concluyan su vida deportiva puedan integrarse con éxito en el mundo laboral.

Seguidamente, Francisco Javier Cordero se preguntó por la relación que podría tener un deportista con un Agente Comercial. “Pues bien, en relación con esta pregunta - afirmó - puedo contestar que todos vosotros, los deportistas, tenéis la mayoría de las cualidades óptimas que necesita un buen Agente Comercial, como son la capacidad de observación, la disciplina, el control de la presión a que os somete el trabajo diario, el espíritu de superación, el sacrificio y el esfuerzo por ganar, tanto en vuestro caso, como en el nuestro, que se manifiesta en la competencia”.

Nuestro presidente concluyó su intervención manifestando que su mayor satisfacción sería la de comprobar que al finalizar el curso, todos los asistentes al mismo sintieran el provecho obtenido y compartido con el profesorado, deseando que algunos de los alumnos prosiguieran con ese interés integrándose en el Colegio, vinculando así su vida profesional a la acción comercial. “Ello significaría - dijo - que los cursos han cumplido las expectativas



de otros inicios profesionales que una serie de compañeros vuestros están llevando a cabo con un indudable éxito”.

El acto de presentación del curso finalizó con la intervención de José María Quiza, secretario general del COACCM, quien en una breve alocución puso de manifiesto las características del curso, al que calificó de muy entretenido, participativo, eminentemente práctico y con una relación profesor/alumno ajena a la convencional e integrada en grupos activos de trabajo.

Concluía así el acto de presentación, transmitido por el Canal TV Internet, del II Curso de Agentes Comerciales para deportistas de alta competición. Un curso puesto al servicio de la demanda de los propios deportista y que ha sido organizado por el Comité Olímpico Español en colaboración con el COACCM.

Luís Riquelme |

## CURSOS DE AGENTE COMERCIAL PARA MUJERES Y EMPRENDEDORES

El Colegio Oficial de Agentes Comerciales de la Comunidad de Madrid ha puesto en marcha el primer Curso de Agente Comercial para Mujeres, así como para Emprendedores. Esta iniciativa se debe a que, entre las funciones esenciales del Colegio, dentro de su ámbito territorial, figura la de organizar cursos dirigidos a la formación y perfeccionamiento profesional de los colegiados y colaborar con las entidades dedicadas a la formación de los futuros Agentes Comerciales en la mejora de sus estudios y preparación para el ejercicio de su actividad profesional.



Unos cursos que facultarán, tanto a las mujeres, como a los emprendedores, la obtención de la titulación oficial de Agente Comercial, expedida por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, que permitirá desempeñarla de forma exclusiva y autónoma, pudiendo, además, colegiarse y acogerse a los beneficios inherentes al colectivo de Agentes Comerciales.

De este modo, el Colegio Oficial de Agentes Comerciales de la Comunidad de Madrid se pone en disposición de fomentar las políticas de igualdad, como no podía ser de otra manera, sobre todo si se pretende ser sensible a la situación de la mujer en la sociedad actual, así

como comprender las necesidades de formación de aquellos emprendedores que deseen labrarse un futuro en la comercialización de productos o servicios.

Es por ello que el COACCM ha creído llegado el momento de abordar el apasionante reto de la formación al más alto nivel, con la organización del curso de Agentes Comerciales, tanto para mujeres, como para emprendedores, capacitándolos para desarrollar sus carreras profesionales accediendo a puestos de máxima responsabilidad dentro de los Departamentos Comerciales de las empresas o de forma autónoma.

### Objetivos, metodología, contenido formativo y prácticas

El programa de ambos cursos está basado en clases eminentemente prácticas, con formación teórica en módulos de gestión y desarrollo efectivo en clases prácticas reales, con el objetivo puesto en la capacitación y en el dominio de las técnicas que permitan vender productos o servicios que precisen un conocimiento técnico, así como la correspondiente capacitación en el dominio de la relación con la empresa que contrata.

Las/os participantes en el curso recibirán una atención especializada en facetas concretas de expresión oral y métodos de diálogo.

### CONTENIDOS TEÓRICOS

- |                                       |   |   |
|---------------------------------------|---|---|
| 1 Contenidos básicos de la venta      | 8 Características, ventajas, y beneficios | 15 La venta online                      |
| 2 La comunicación comercial           | 9 La argumentación                        | 16 Prácticas de E-commerce              |
| 3 Fase I: La preparación              | 10 Las objeciones                         | 17 Venta a grupos                       |
| 4 Fase II: La introducción o contacto | 11 Tratamiento de las objeciones          | 18 Estilos de negociación comercial     |
| 5 Métodos de contacto                 | 12 Fase IV: El cierre de la venta         | 19 El plan de ventas y manual de ventas |
| 6 Fase III: Desarrollo de la venta    | 13 Fase V: El seguimiento de la venta     |   |
| 7 La presentación                     | 14 Diferentes tipos de ventas             |   |

### PRÁCTICAS

- |  |  |   |
|--|--|---|
| 1 Aspectos operativos de los comportamientos de compra y venta | 4 Aspectos operativos del conocimiento de la clientela | 7 Organización de las rutas de visita         |
| 2 Aspectos operativos de la comunicación                       | 5 Aspectos operativos de los Métodos de Ventas         | 8 Preparación de la documentación profesional |
| 3 Aspectos operativos del conocimiento de los productos        | 6 Aspectos operativos de Venta y Negociación           | 9 Optimización de la actividad                |

## CARGAS LECTIVAS, LUGAR Y FECHAS DE REALIZACIÓN

Para el Curso de Agentes Comerciales (Mujeres), 80 horas lectivas, martes, miércoles y jueves (4 horas diarias), de 16.00 a 20.00 horas (Prácticas, contenidos teóricos y evaluación).  
**Fecha de realización:** del 26 de octubre al 16 de diciembre, de 2010.

El lugar donde se impartirán los cursos será la sede del Colegio Oficial de Agentes Comerciales de la Comunidad de Madrid: c/ Ladera de los Almendros, 40 (28032 Madrid).  
**Tel:** 917514788. / **Fax:** 91 7514754.  
**E-mail:** [coaccm@coaccm.com](mailto:coaccm@coaccm.com)

**El Curso de Agentes Comerciales (Para Emprendedores), se convocará a primeros del 2010**

## TITULACIÓN

La titulación adquirida, una vez realizado el curso, será la de Agente Comercial acreditada ante el Colegio Oficial de Agentes Comerciales de la Comunidad de Madrid, reconocida y expedida por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

## REQUISITOS DE ACCESO Y COSTE DEL CURSO

**Nivel académico:** Graduado Escolar o nivel académico de conocimientos generales. Realizar una entrevista personal previa al acceso.

El coste del curso es de:

560 euros que incluye además el alta colegial + un trimestre + bolsa de trabajo + título profesional + carné profesional.

El Colegio Oficial de Agentes Comerciales de la Comunidad de Madrid, de no contar con la colaboración de ningún organismo público para la financiación del coste de este curso, subvencionará hasta el 80 % del importe de las matriculas a las mujeres y emprendedores que hayan pasado los requisitos de acceso solicitados, por lo que dicho coste quedará reducido a 112 euros.

Luís Riquelme |

# EL MOVIMIENTO SEGÚN EL SENTIMIENTO

El Colegio Oficial de Agentes Comerciales de la Comunidad de Madrid, en colaboración con el actor, director y locutor Joseph Landa, organiza el Curso "EL MOVIMIENTO SEGÚN EL SENTIMIENTO", que se celebrará a partir del 15 de enero de 2011, en nuestra sede colegial. El Curso que tendrá una duración de 20 días lectivos, se desarrollará durante 3 días semanales (9 horas), con un máximo de 15 alumnos, para los que no existirá tope de edad.



*Joseph Landa*

Tener fluidez en la expresión corporal, poseer seguridad en el desplazamiento y versatilidad en el lenguaje corporal ante situaciones específicas, adaptar el movimiento acorde a la palabra; son algunas de las cualidades entre otras, que cualquiera puede dominar sobre el escenario de trabajo. Es lograr desarrollar la habilidad de la coordinación entre la palabra y el gesto. Se trata de combatir y controlar el miedo escénico.

El objetivo es superar ciertas limitaciones que benefician directamente al profesional en los distintos campos laborales en los que se ve obligado a tratar directamente con el público.

Realmente, esto sólo es parte del fruto que ofrece el dedicarse al cultivo de la expresión corporal y vocal dentro del marco teatral.

*Joseph Landa*

Para mayor información dirigirse a las oficinas del Colegio, C/ Ladera de los Almendros, 40. Tel.: 91 751 47 08

# INICIATIVAS Y PRESENTACIONES EN DIRECTO DEL CANAL T.V INTERNET DEL COACCM

**Nuestro Canal de Televisión, vía Internet, sigue ofreciéndonos la oportunidad de la transmisión, en riguroso directo o en diferido, de eventos de interés para los Agentes Comerciales. Una iniciativa en la que están participando entidades, empresas y el propio Colegio al utilizar esta nueva herramienta informativa como el escaparate virtual más completo que puedan desear sus usuarios.**

Así, a través de las pantallas de nuestros ordenadores hemos podido ser testigos de la inauguración del II Curso de Agentes Comerciales para deportistas de élite, acogidos en el Comité Olímpico Español (COE), y del que hemos informado en página contigua de nuestra revista.

De igual modo, el pasado 27 de junio, tuvimos la oportunidad de transmitir a los usuarios de nuestro Canal TV la reunión conjunta mantenida por nuestro presidente, Francisco Javier Cordero, con el director del Parque Ferial Online, Miguel Ángel Sáiz, y destacados miembros de la Oficina Comercial del Gobierno de Colombia en España, PROEXPORT, así como con Milene Arciniegas, directora del Centro de Negocios Internacionales de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, y empresarios colombianos del sector del calzado y complementos, como la compañía productora de calzado para dama MARÍA JOSÉ SHOES, representada por su gerente, Myriam Díaz, y por su director de negocios internacionales, Diego Robledo, a los que se les presentó el nuevo Canal TV Internet que el Colegio ha puesto a disposición de los usuarios.

Durante la reunión, también se les facilitó una exhaustiva información sobre la Feria Virtual del Calzado y Complementos que se celebrará con una continuidad en pantalla aproximadamente de dos meses. Fruto de esta experiencia fue el posterior encuentro, celebrado el pasado 27 de septiembre, entre colegiados del sector y miembros de la delegación colombiana, en el que seis empresas presentaron modelos de calzado y complementos fabricados en Colombia, así como una oferta de representaciones para Agentes Comer-



ciales españoles. Una colaboración conjunta entre nuestro Colegio y la Oficina Comercial de la Embajada de Colombia en España, que su director, Juan Gabriel Pérez Chaustre, reconoce y agradece por la oportunidad que se les brinda para entrar en contacto con el mercado español.

## Ferias Virtuales

Asimismo, el pasado 28 de junio, tuvo lugar la presentación en nuestra sede colegial de la mencionada Feria Virtual del Calzado y Complementos a cargo de Miguel Ángel Sáiz, director del Parque Ferial Online, quien llevó a cabo una sobresaliente

te y cumplida información sobre las posibilidades operativas del Canal TV Internet, en relación con la difusión y comercialización de productos y servicios a través de las Ferias Virtuales, como la que se convoca para el calzado y complementos a celebrar próximamente. La presentación de dicha feria también se llevó a cabo en la Federación de Industrias del Calzado Español (FICE) y en la Exposición Permanente de Calzado, Bolsos y Afines (EXCALPA), que avaló el evento.

Entre otras de las expectativas que tiene previsto el Canal TV Internet del COACCM, figura la presentación de la firma de ropa interior masculina AsdrúMark, una compañía importadora inglesa, con base en Londres y fábrica en Colombia, que hace frente a la necesidad de una ropa interior masculina basada en el confort y la comodidad a la hora de vestir las partes íntimas de los hombres. Su modelo UNICO está considerado como uno de los mejores del mundo, habiendo obtenido un gran éxito en la última Feria de París. AsdrúMark, que pronto contará con una delegación en España, ofrecerá representaciones para Agentes Comerciales españoles.

Como se puede observar, las posibilidades que brinda el nuevo soporte informativo del canal TV del COACCM son enormes, tan sólo dependerá de nosotros que obtengamos el máximo rendimiento por su uso.

ENTRA EN NUESTRO CANAL TV DEL COACCM en las siguientes direcciones: [www.coaccm.tv](http://www.coaccm.tv) o en nuestra página web:

[www.coaccm.org](http://www.coaccm.org)

Luís Riquelme



## LOS CURSOS DE RECICLAJE PARA PERITOS Y EL CURSO DE PERITOS JUDICIALES, COMENZARÁN PRÓXIMAMENTE

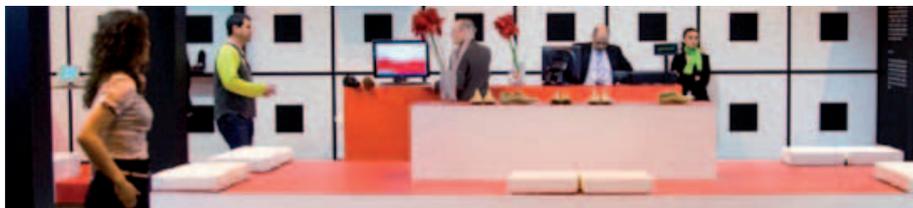
Los interesados en los mismos pueden obtener la información correspondiente en nuestras oficinas del Colegio Oficial de Agentes Comerciales de la Comunidad de Madrid: c/ Ladera de los Almendros, 40 (28032 Madrid).  
Telf: 917514788. / Fax: 91 7514754. E-mail: [coaccm@coaccm.com](mailto:coaccm@coaccm.com)



La Asociación de Industriales del Calzado de Elche (AICE) y el Colegio de Oficial de Agentes Comerciales de la Comunidad de Madrid (COACCM) organizarán próximamente la I FERIA VIRTUAL DEL CALZADO Y COMPLEMENTOS. A través de esta potente herramienta virtual desarrollada por Parque Ferial Online se darán a conocer las colecciones a profesionales del sector sin que éstos tengan la necesidad de moverse de sus instalaciones para dar a conocer sus empresas y productos.

La feria se estructura en Pabellones que albergan las ofertas de las diferentes áreas de las empresas fabricantes y comercializadoras, y en las que tendrán presencia activa organizaciones y asociaciones dentro del Pabellón Institucional. Este nuevo formato de feria, propio del siglo XXI, ofrece múltiples ventajas ya que las empresas pueden exponer sus productos en sus stands virtuales e incorporar toda la información relativa a la empresa, además de disponer de un catálogo virtual para un número determinado de modelos, incluso con la posibilidad de alojarlos en un vídeo- reportaje en el propio Stand Virtual.

## LA ASOCIACIÓN DE INDUSTRIALES DEL CALZADO DE ELCHE (AICE) Y EL COACCM ORGANIZARÁN LA I FERIA VIRTUAL DEL CALZADO Y COMPLEMENTOS



Así, dentro de cada stand se accede al Catálogo de Productos en el que se pueden incorporar hasta 8 hormas, cada una ampliable en otra ventana para 6 modelos, que pueden ofrecerse acompañados de una imagen con una breve descripción de texto en el que figuren sus características, calidades y precio. Sobre todos estos aspectos, la organización prestará la ayuda técnica necesaria para que se pueda completar el stand.

Este material audiovisual podrá formar parte de los vídeos de los expositores en youtube o en su propia página web.

Desde el plató también se podrán llevar a cabo conferencias para el público interesado y abrir un foro, a tiempo real, para resolver sus dudas respecto a las empresas y a las colecciones.

### Plató del Canal TV Internet de la Feria

Otra de las ventajas de esta potente herramienta de promoción es su carácter multimedia, ya que a lo largo de dos meses de duración de la feria la organización programará toda una serie de contenidos audiovisuales en directo desde el Plató de la Feria Virtual: entrevistas con los expositores, spots, mesas redondas, etc. Todo ello dirigido a un público especializado.

Para más información, dirigirse a:  
Colegio Oficial de Agentes Comerciales de la Comunidad de Madrid

Miguel Ángel Sáiz  
comunicación@coaccm.tv  
Telf. 913292896 – 659281306

# MAC

## NUESTRA TIENDA MAC

Ponemos en conocimiento de los colegiados que desde el pasado 2 de noviembre se encuentra abierta nuestra tienda MAC, en horario de mañana.

# DOMOTEX 2011

## H A N N O V E R

## Negocios, tendencias y estilos de vida en Hannóver

El sector internacional de la alfombra y los revestimientos de suelos convoca su nueva cita anual en la ciudad alemana de Hannóver, donde expositores y visitantes de todo el mundo tendrán la oportunidad de reunirse, del 15 al 18 de enero, en DOMOTEX: un certamen que sigue consolidándose como el evento más importante a nivel internacional de su sector.



Según afirma Ph. Küne, miembro de la junta directiva de Deutsche Messe AG. "La temprana inscripción de muchos expositores y el número de firmas registradas, que ya ahora resulta muy positivo, ponen de manifiesto que las empresas encaran el futuro con optimismo y quieren hacer uso de DOMOTEX para seguir estimulando sus negocios.

Así, siguiendo el lema "El suelo como un mundo de vivencias", cerca de 1.400 expositores de 60 países mostrarán las tendencias en alfombras y revestimientos de suelos para la temporada 2011/2012. Entre ellas se encuentran los actuales modelos de alfombras de medidas estándar, laminados con un cálido aspecto de madera, reproducciones de piedra en mármol o granito, así como modernos decorados creativos de vivos colores. En el ámbito del parque se expondrán parques de madera maciza y multicapas, además de tablas de muchos tipos de madera, colores y superficies. En el sector de los revestimientos textiles y elásticos de suelos se presentarán también nuevos diseños para los más variados ámbitos de aplicación.

Sin embargo, DOMOTEX es mucho más que un barómetro de tendencias e información, ya que, sobre todo, se constituye en una plataforma global para hacer negocios en la industria internacional de revestimientos de suelos, porque un 82% de los expositores y un 56% de los visitantes proceden del extranjero. El hecho de que en Hannóver se cierren estos negocios pone de manifiesto las amplias competencias profesionales y decisorias de los visitantes. Aproximadamente un 71% de los visitantes son altos ejecutivos de sus empresas y un 89% se halla implicado en las decisiones de compra de sus firmas. Por lo tanto, en DOMOTEX se encuentran los socios para penetrar en los nuevos mercados, mantener

los contactos ya establecidos y sentar las bases de relaciones de negocios a nivel mundial.

### Apuesta por los temas de estilos de vida

Las alfombras y los revestimientos de suelos constituyen un elemento importante en el diseño y decoración de interiores, de modo que vuelven a tener una mayor presencia en el punto de mira de interiorista, diseñadores y consumidores. Así, en DOMOTEX 2011, las presentaciones especiales Souk Deluxe pondrán en escena alfombras clásicas y modernas hechas a mano en el segmento de precio alto. En FLOORFORUM se presentarán las cuatro tendencias de decoración 2011/2012, de la mano del diseñador Ulf Moritz ejemplificándolas con alfombras modernas. Y en el marco del concurso Carpet Designs Awards 2011 se premiarán las alfombras hechas a mano más bonitas de la temporada.

Y como viene siendo habitual, en el CONGRESO CONTRACTWORLD, arquitectos e interioristas de renombre internacional hablarán sobre los últimos desarrollos en sus respectivas especialidades, de las que uno de los temas estelares será la relación entre la sostenibilidad y la arquitectura. Sobre todo ello están previstos paneles de debate en los que empresas de certificación y firmas industriales intercambien sus experiencias y discutan sobre las mismas.

En conclusión, tanto los expositores como los visitantes de DOMOTEX 2011, podrán obtener una panorámica exhaustiva de la oferta del mercado mundial, así como comparar directamente ofertas y condiciones, mantener charlas concretas de venta y ver nuevas tendencias y evoluciones. Y todo ello concentrado y compacto en un mismo lugar.



Luís Riquelme |

Fiscal  
Administrativo  
Extranjería  
Penal  
Civil  
Mercantil  
Laboral  
Accidentes

**ig**  
Iriás González  
ABOGADOS

Avda. Felipe II, núm 13, 1 Dcha.  
28009 MADRID.  
Tel. 91 543 64 60  
Fax 91 549 84 74  
iriasgonzalez@igabogados.es  
www.igabogados.es



# MODACALZADO

## EXHIBEN SUS PROPUESTAS EN CALZADO PARA LA PRÓXIMA TEMPORADA

**Entre los días 24 y 26 del pasado mes de septiembre, la Feria de Madrid volvió a convertirse en el referente privilegiado donde se dieron a conocer las últimas tendencias en calzado y complementos en piel, con motivo de la celebración de MODACALZADO + IBERPIEL, Salón Internacional de Calzado y Artículos de Piel, organizado por IFEMA, en colaboración con FICE (Federación de Industrias del Calzado Español).**

El certamen, considerado como uno de los tres más relevantes de Europa en su género, reunió en esta ocasión, en un espacio de más de 15.000 metros cuadrados, la oferta en calzado y complementos de 305 expositores y más de 700 marcas nacionales e internacionales. Una de las más significativas novedades de esta última edición de MODACALZADO + IBERPIEL fue la incorporación de 76 firmas y 160 marcas que no estuvieron presentes en la convocatoria de septiembre de 2009. Un dato que podría considerarse como un síntoma de recuperación para el sector, que tiene en este certamen su mejor indicador para su salud en cada momento.

Una vez más, todas las comunidades autónomas productoras de calzado y marroquinería contaron con una destacada presencia en esta edición ferial, en la que presentaron sus renovadas propuestas para la próxima temporada. Así, la Comunidad Valenciana, Baleares, Cataluña y Castilla – La Mancha volvieron a ser las regiones más representadas. A nivel internacional, la presencia de 51 firmas extranjeras procedentes de Alemania, Bélgica, Colombia, Emiratos Árabes, Francia, India, Italia, Países Bajos, Portugal y Reino Unido, confirmaron la creciente proyección del certamen en el circuito ferial europeo y su privilegiada posición como plataforma internacional.

Asimismo, el Salón puso en marcha, en colaboración con el ICEX y la Cámara de Comercio de Madrid, dos programas de compradores centrados en mercados de gran interés para las empresas expositoras. En concreto, la apuesta de esta edición se centró en 45 importantes distribuidores y comerciantes de países del Este de Europa, así como de Sudamérica y Malasia.

### Tendencias para la temporada Primavera – Verano 2011

Las próximas colecciones de calzado para la temporada Primavera – Verano 2011 vendrán marcadas por la variedad de estilos, con el color en toda su amplitud como denominador común en las propuestas.

En el calzado más urbano predominarán la inspiración étnica y motivos punk, que se verán en diversos detalles, como tachuelas, hebillas y lazos de cuero, que se harán imprescindibles en el calzado juvenil. Los materiales utilizados para su elaboración abogan, cada vez más, por el respeto a la naturaleza, con la utilización de elementos ecológicos,

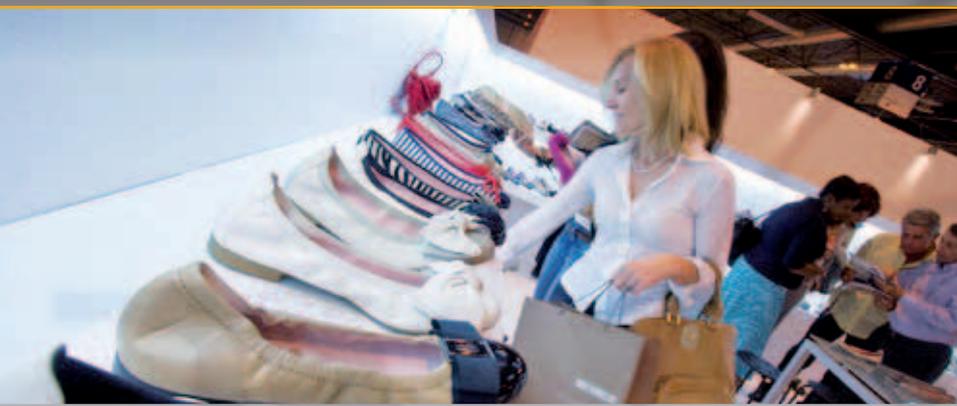
que dan paso a la tendencia Eco – Chic. En el segmento de firmas que marcan tendencia, predominan los tacones altos, las cuñas y plataformas que estilizan el cuerpo de la mujer. La diversidad de colores será la tónica general en las colecciones, reivindicando su espacio en el armario.

En marroquinería, una vez más, será el bolso el complemento imprescindible para la mujer. Así, en la siguiente temporada serán indispensables los bolsos de inspiración escolar, tanto en tamaño como en forma (asa corta, formas rectangulares o cuadradas y accesorios metálicos para los cierres). Los materiales utilizados serán muy diversos: pieles de vacuno con acabados cálidos, grabados de pitón, cocodrilo e incluso, el búfalo.



# + IBERPIEL

## MODALCALZADO Y COMPLEMENTOS EN PIEL LA PRIMAVERA – VERANO 2011



### Amplia oferta de actividades

De forma simultánea a la exhibición comercial, MODALCALZADO + IBERPIEL acogió un amplio y sugerente programa de actividades, como el área de Conocimiento, un punto de encuentro de reconocidos profesionales que profundizaron en temas muy importantes para el desarrollo de la industria del calzado, como la evolución del diseño, las técnicas de venta y la gestión comercial. Además, dentro de este mismo espacio se expusieron, por segundo año consecutivo, los proyectos ganadores y finalistas del “Premio IDEASLAB – Calzado al Talento Creativo”.

También, dentro del propio marco de la feria en su pabellón 10, tuvo lugar la exposi-

ción “El mundo a tus pies”, organizada por el Museo del Calzado de Elda. La muestra reunió 40 pares de calzado procedentes de los cinco continentes, que invitaron a los visitantes a realizar un paseo por las diferentes culturas y civilizaciones del mundo.

### Un respiro para los mercados en el exterior

La celebración de esta última edición de MODALCALZADO + IBERPIEL ha coincidido con un momento en el que, a pesar de la crisis, el calzado español continúa creciendo fuera de nuestras fronteras. De este modo, según datos de la Federación de Industrias del Calzado Español (FICE), las exportaciones de calzado español se han incrementado en un 6,7% en volumen y un 4,7% en valor, respecto al mismo período del año anterior. Hasta junio, las exportaciones han sumado un total de 57 millones de pares, por un valor de 895 millones de euros. Francia, Italia, Alemania y Portugal son los países del entorno de la UE que se sitúan a la cabeza de los compradores de calzado español.

Asimismo, la industria española está apostando por los países menos afectados por la crisis. Los datos referidos a los mercados emergentes reflejan, por ejemplo, que han crecido de una manera espectacular las ventas de calzado español a Brasil, con un incremento del 287% en valor. Otros mercados no tradicionales que han aumentado la compra de zapatos españoles son Turquía (41%), China (60%) y Sudáfrica (69%).

### Marroquinería

En el otro lado de la balanza se encuentra la industria de la marroquinería española, cuyas exportaciones se han visto afectadas por la coyuntura económica actual, aunque no de una forma muy drástica. Así, sus ventas al exterior han caído un ligero 3,01% en 2009, frente al incremento de más del 3% registrado en 2008. El dato positivo lo ponen los países que, tradicionalmente, más han confiado en el mercado español. En concreto, y con respecto a 2008, Francia aumentó sus compras en un 6,90% (146,62 millones de euros); Italia, en un 18,86% (26,85 millones de euros); Reino Unido, en un 3,82% (21,60 millones de euros); Bélgica, en un 2,21% (9,45 millones de euros); Grecia, en un 1,69% (9,9 millones de euros) y Portugal, en un 0,78% (57,24 millones de euros).

En conjunto, y según datos de la Asociación Española de Fabricantes de Marroquinería, Artículos de Viaje y Afines (ASE-FMA), la marroquinería española facturó 1.805,90 millones de euros en 2009.

L.R.]



Imagen: Suroeste

Imagen: Suroeste

Imagen: Suroeste



# ENTRE

## CON JOSÉ MORENO

**JOSÉ MORENO SECO** es un activo Agente Comercial que desde hace casi medio siglo actúa como vendedor en el popular sector del calzado. “Comencé mi andadura - dice - alternando mi condición de dependiente con la de ayudante de una persona muy experta en representaciones de calzado”. Con el tiempo, nuestro protagonista se independizó y emprendió por su cuenta la gran aventura que supone el ejercicio de la Agencia Comercial. Desde 1975, representa a la prestigiosa empresa fabricante de calzados FLUCHOS, en la que - según afirma - se realiza profesionalmente y le ha permitido asistir a ferias del calzado en Alemania e Italia, manteniendo relaciones comerciales con empresas y clientes de varios países. En la actualidad, continúa en activo acompañado de dos de sus hijos que le ayudan a realizar su importante labor en estos tiempos de crisis.

**Desde el comienzo de esta crisis, hace aproximadamente dos años, ¿Cuáles han sido, en general, las consecuencias que ha experimentado sector del calzado en nuestro país?**

La más evidente ha sido el abaratamiento del producto, así como el sensible descenso de las ventas producido por la enorme avalancha de las importaciones de calzado procedentes de los países llamados emergentes, principalmente de China.

**Según fuentes de la Federación de Industrias del Calzado Español (FICE), este volumen de ventas de nuestro mercado interior descendió un 7% en 2009, ¿Se observa algún signo de recuperación para los próximos ejercicios?**

Parece que se están observando algunos indicios de recuperación en este ejercicio de 2010. Pero es una recuperación que se está iniciando desde la base de las caídas de venta de los años anteriores, por lo que está resultando muy lenta, sobre todo si tenemos en cuenta las cifras que manejábamos antes de la crisis. Ahora bien, si mantenemos la estabilidad de ventas que observamos hoy, podríamos hablar de que un comienzo de la superación de la crisis pudiera estar cerca.

**La deslocalización de la producción, incluso el envío de diseños y materiales para artículos que se hacen fuera, así como los fabricantes españoles reconvertidos en comercializadores de productos importados, ¿Hasta qué punto están afectando a nuestra capacidad productiva?**

La están afectando profundamente, hasta el punto de que muchas fábricas de calzado en nuestro país están desapareciendo. Los fabricantes con vocación de serlo prefieren producir fuera, por las razones que todos conocemos, y muchos de ellos, como usted dice, se han reconvertido en importadores de calzado. Como es natural, estos fenómenos están afectando al tejido industrial del calzado que cada día pierde más peso específico.

**EL MERCADO GLOBALIZADO ESTÁ IMPONNIENDO SU LEY, Y SÓLO NOS PUEDE SALVAR LA CALIDAD DEL PRODUCTO, EL DISEÑO Y LA INNOVACIÓN EN NUESTRAS OFERTAS**

**Entonces, ¿Cómo podría defenderse la industria española del sector en esos mercados tan complejos y competitivos de hoy?**

Muy difícilmente, sobre todo en lo que a precios se refiere, pues resulta casi imposible competir con esos países emergentes en el coste de la mano de obra. El mercado globalizado está imponiendo su ley y poco podemos hacer al respecto. Sólo nos puede salvar la calidad del producto, el diseño y la innovación en nuestras ofertas.

**Precisamente, a pesar de que nuestras exportaciones han sufrido una reducción del 3% en 2009, nuestros productos con calidad y diseño altos siguen defendiéndose en los mercados internacionales,**

**sobre todo en los europeos, ¿Qué lectura cabe extraerse de esta circunstancia?**

La que le acabo de señalar, es decir, que los productos fabricados en nuestro país con la calidad que siempre ha caracterizado al calzado español, unido a un diseño cada vez más moderno, técnico y ergonómico, no pueden pasar desapercibidos para los consumidores europeos.



Un mercado al que hemos dedicado mucha atención durante años. Esa debería ser la línea de producción adoptada por nuestros fabricantes para salvar nuestra industria: calidad, diseño y una buena distribución del producto, y no sólo en el

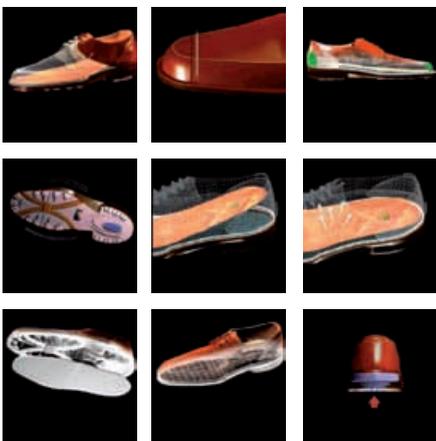
# VISTA

## SECO



exterior, sino también para nuestro mercado interior.

**Sin embargo, la exigencia de calidad, diseño y confort por parte de nuestros consumidores está cediendo frente al factor precio barato, ¿Cómo se podría recuperar el estatus del buen calzado exigido anteriormente por los españoles?**



Pienso que ese bajón en la exigencia de calidad que se está observando en el consumidor español es debido a la actual crisis económica que padecemos, y una vez superada, se volverán a demandar pro-

ductos de calidad. El consumidor español, en lo que a zapatos se refiere, siempre ha tenido buen gusto y espero que lo vuelva a recuperar en cuanto acabe la crisis, abandonando ese zapato de bajo precio, que, a veces, incluso resulta perjudicial para la salud del pie.

**El pequeño comercio del sector ha sufrido un cambio radical en el modo de ofertar el producto, ¿Se encuentra en una buena línea de actuación o, por el contrario, necesita modernizarse y profesionalizarse en otra dirección?**

Efectivamente, en algunos comercios parece que venden los zapatos al peso, amontonados y con una baja en la calidad del servicio al cliente. No obstante, aún siguen existiendo comercios que cuidan el detalle y sirven al cliente con profesionalidad. Sin embargo, a estos comercios, por las características del mercado actual, les está resultando muy difícil la supervivencia, y muchos de ellos ya han desaparecido. Por lo tanto, el pequeño comercio, si desea permanecer, debe modernizarse adquiriendo nuevos conocimientos y diferentes técnicas de venta, informatizándose y entendiendo mucho de proveedores, productos y existencias, además de decoración de los locales y el escaparatismo.

**LOS AGENTES COMERCIALES SOMOS TRABAJADORES INFATIGABLES Y LO DAMOS TODO PARA LOGRAR NUESTROS OBJETIVOS DE VENTA**

**La distribución del calzado en las grandes superficies, ¿Cómo está afectando al comercio de proximidad?**

Las grandes superficies, al igual que las importaciones masivas de calzado, no están beneficiando al comercio de proximidad en absoluto, y ello por razones obvias. De hecho y en buena medida, han sido las grandes responsables de muchos de los cierres del pequeño comercio, que no ha podido resistir debido a la enorme competencia que sufre, agravada por las aperturas que realizan estas grandes superficies en domingos y festivos.

**Los Agentes Comerciales que operan en nuestros mercados también están sufriendo de una manera especial la crisis, ¿Cómo se podría animar a nuestros compañeros para que confíen con cierto optimismo en el futuro del sector?**

El futuro de nuestro sector dependerá de la superación de la crisis y de la consiguiente recuperación de los mercados, que espero sea lo más rápida posible. Y en este sentido, estoy convencido de que los compañeros Agentes Comerciales están poniendo toda la carne en el asador para que esto ocurra. Somos trabajadores infatigables y lo damos todo para lograr nuestros objetivos de venta. Las horas de dedicación, la férrea disciplina, el sacrificio y la ilusión que ponemos en nuestro desempeño profesional lo acreditan. Por lo tanto, no debemos temer al futuro.

## PROGRAMA DE LAS

## FIESTAS PATRONALES

Como es habitual por estas fechas, nos ponemos en contacto con todos vosotros para haceros partícipes del programa que el Colegio ha configurado con motivo de la celebración de los actos y festejos en honor de nuestra patrona la Virgen de la Esperanza. Una conmemoración a la que seguimos siendo fieles los Agentes Comerciales madrileños desde hace más de ochenta años, sumándonos con entusiasmo a nuestra fiesta y celebrándola con la solemnidad que merece.



Además, nunca viene mal que por unos días podamos aparcar nuestras pesadumbres y preocupaciones profesionales inducidas por los embates de una crisis que está siendo ya demasiado larga, compartiendo con todos los compañeros el homenaje a nuestra Patrona, a nuestros colegas que celebran sus Bodas de Plata, Oro y Oro y Brillantes con la profesión, así como otros festejos y ratos de esparcimiento, como el tradicional COCIDO MADRILEÑO que se ofrecerá a nuestros mayores en el Restaurante Florida Park, un lugar ya mítico para los Agentes Comerciales madrileños y al que volveremos llenos de ilusión. Así, nuestro programa festivo quedará conformado de la siguiente manera:

**MARTES, 14 DE DICIEMBRE 2010**

**CAMPEONATO DE GOLF**, a celebrar en las instalaciones del Olivar de la Hinojosa, de la Comunidad de Madrid. El torneo comenzará a las 9,00 horas (Se ruega puntualidad). Inscripción previa en las oficinas del Colegio.

**JUEVES, 16 DE DICIEMBRE 2010**

**CAMPEONATO DE BOWLING**, en las instalaciones del centro comercial "La Gavia". El torneo dará comienzo a las 16,30 horas. Inscripción previa en las oficinas del Colegio. Precio 10 euros.

**VIERNES, 17 DE DICIEMBRE 2010**

A las 12 horas, en nuestra sede colegial, tendrá lugar el HOMENAJE a los compañeros que cumplen sus BODAS DE PLATA, ORO y ORO Y BRILLANTES con nuestro Colegio. Al final de dicho acto se efectuará la entrega del galardón correspondiente a la V edición de los PREMIOS PROCOACCM, que reconocen los méritos contraídos en la ayuda, apoyo y difusión de nuestra institución colegial, que en esta ocasión recaerá en D. Miguel Ángel Sáiz, por su dedicación al Canal TV Internet del COACCM. A su conclusión se servirá un "vino español" a los asistentes a las respectivas ceremonias.

**BODAS DE ORO Y BRILLANTES 2010**

13133 JOSE SEGURA CRESPO  
13249 JOSE MAESO CAMACHO

13286 JOSE GONZALEZ BARBER  
13291 JOSE M<sup>a</sup> ADELL RIVIERE

**BODAS DE ORO 2010**

17589 TOMAS REY BLANCO  
18155 JOSE A. MENENDEZ FERNANDEZ  
18225 PABLO ANDOSILLA MAESO  
18265 JULIAN MARTINEZ FRIAS  
18294 RAFAEL LOPEZ DE LA OSA ABUDIN

18295 JOSE L. MARTIN GARCIA  
18298 ANTONIO JUEZ MARTIN  
18302 ANTONIO GONZALEZ DOMINGUEZ  
18308 JOSE SORIANO JIMENEZ  
18321 FRANCISCO GONZALEZ MARQUEZ

**BODAS DE PLATA 2007**

21300 M<sup>a</sup> JOSE CIMADEVILA ISLA  
21303 ANTONIO SANCHEZ SEVILLANO  
21314 FRANCISCO DE LA MATTA GOMEZ  
21315 CARMEN VELASCO LAINZ  
21321 JUAN M. MADRID ANTONAYA  
21324 ALFREDO GOMEZ GARCIA  
21334 ANGEL DIAZ LUCENA  
21340 ANTONIO AGUILERA MUÑOZ  
21347 JESUS M. BUENO TOMAS  
21354 FRANCISCO M<sup>a</sup> HURTADO DE SARACHO  
21356 JOSE A. GARIJO MARCO  
21357 JUAN M. GARIJO MARCO  
21360 MANUEL M. JIMENEZ ARANGUEZ  
21376 JOSE LUIS DE LA TORRE MARTINEZ  
21388 JOSE A. GARCIA GARCIA  
21391 M<sup>a</sup> EMILIA GIRONA TRINXET  
21406 JOSE A. MUÑOZ LOPEZ  
21428 MARINO PLAZA BARTOLOMESANZ

21435 ANTONIO LOPEZ RODRIGUEZ  
21438 CIPRIANO HERNANDEZ CORONA  
21441 SIXTO IZQUIERDO ZAFRA  
21442 FERNANDO PEREZ DE LA OLIVA  
21453 FRANCISCO VARA ARA  
21466 JOSE M<sup>a</sup> F. PEYRO BEJERANO  
21470 LUIS GONZALEZ ALCAIDE  
21477 CESAR GARCIA JIMENEZ  
21503 PEDRO GOMEZ MAESTRO  
21504 JOAQUIN PARRILLA CHAMORRO  
21517 FELIX A. LOPEZ LOPEZ  
21524 HUMBERTO GALIÑANES VIEITES  
21526 JAVIER MUÑOZ MARTINEZ  
21533 JESUS PEREZ REY  
21541 RAFAEL DONOSO JIMENEZ  
21543 PABLO NUÑEZ VEGA  
21548 GERMAN MANSO PEDRAZ  
21571 MIGUEL HINOJOSA MONTERO

21581 CARLOS ALONSO LEON  
21621 BLAS JIMENEZ SANZ  
21624 RAMON MULLOR SANDOVAL  
21641 TOMAS MADRID FUENTES  
21670 MIGUEL A. ISOLER AMOROS  
21675 ANTONIO LARREA LARRAZA  
21676 FRANCISCO J. MELENDRO JURADO  
21677 VICENTE INDURRIA AYUSO;  
21679 FELIX MOLINER MARTIN;  
21680 DARIO ALONSO BELDA  
21685 JESUS DOVAL FERNANDEZ  
21693 JOSE R. BERBES GUTIEZ  
21708 FLAMINIO TUÑAS GARCIA  
21714 FERNANDO DE LA OSSA ESTEBAN  
21718 JOSE A. GARCIA MARTINEZ  
21720 JUAN PRESA CALVO  
21721 JOSE POZOS FERNANDEZ;  
21724 CANDIDO NOGALES GOMEZ

**PREMIO PROCOAM**

D. Miguel Angel Sáiz (Canal Tv COACCM)

**SÁBADO, 18 DE DICIEMBRE 2010**

A las 12 horas, en la Parroquia de San José (c/ Alcalá, 41), se celebrará la Santa Misa en honor de nuestra patrona la Virgen de la Esperanza y en recuerdo de los compañeros fallecidos. A las 14 horas, se celebrará el HOMENAJE A NUESTROS MAYORES con el tradicional COCIDO MADRILEÑO, que en esta ocasión tendrá lugar en el Restaurante Florida Park (Avda. Menéndez Pelayo/ frente a la calle de Ibiza). Plazas limitadas.

**MARTES, 4 DE ENERO 2011**

Desde las 16 horas, SS.MM. los REYES MAGOS DE ORIENTE recibirán a nuestros hijos en la sede del Colegio. Los niños que deseen asistir deberán contar con menos de 10 años de edad y ser inscritos por sus familiares, retirando la invitación en las oficinas del Colegio antes del día 23 de diciembre de 2010, no pudiendo ser atendidos los niños que no porten invitación. Las plazas son limitadas, por lo que se entregarán las invitaciones por riguroso orden de retirada personal de las mismas.



Este número se encuentra a disposición de todos los Colegiados, en las oficinas del Colegio: C. Ladera de los Almendros, 40 • 28032 Madrid  
Tel.: 91 751 47 88 / Fax: 91 751 47 54

Feliz Navidad





# ARTURO FERNÁNDEZ,

## NUEVO PRESIDENTE DE LA CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE MADRID

**“El trabajo unido de la Cámara y de CEIM nos permitirá ayudar a las empresas madrileñas a superar la crisis”**



**E**l pasado 6 de julio, Arturo Fernández, presidente de CEIM (Confederación Empresarial de Madrid – CEOE), tomó posesión de su cargo como presidente de la Cámara de Comercio e Industria de Madrid en sustitución de Salvador Santos Campano, que abandonó dicho cargo después de permanecer al frente de la Cámara durante los cuatro últimos años.

Como nuestros lectores conocen, el pasado 20 de mayo, Santos Campano anunció su intención de no renovar su candidatura a la presidencia de la entidad cameral, dejando vía libre a Arturo Fernández, propuesto por CEIM. “Quiero de manera simbólica - afirmó - trasladar el testigo de la Cámara a quien me lo dio en su día, que es la CEIM, pues siempre he votado al candidato que CEIM ha propuesto”. En esa ocasión, Salvador Santos Campano, también brindó todo su apoyo a Arturo Fernández, con el que prometió seguir trabajando codo con codo en defensa de los intereses de los empresarios madrileños.

Arturo Fernández es presidente del Grupo Arturo, una reconocida empresa dedicada a la restauración, ocio y servicios, que emplea a más de 4.000 personas en sus 190 establecimientos. Asimismo, Arturo Fernández es vicepresidente de la CEOE y presidente de CEIM, cargos que simultanea con la presidencia de la Organización de Patronales de Capitales Europeas (OPCE), entre otros muchos que demandan su responsabilidad.

En el acto de toma de posesión, el nuevo presidente de la Cámara estuvo acompañado por relevantes personalidades de la vida económica, empresarial y social de Madrid, encabezadas por la presidenta de nuestra Comunidad, Esperanza Aguirre; la delegada del Gobierno en Madrid, Amparo Valcarce; el alcalde de la capital, Alberto Ruiz Gallardón; el consejero de Economía y Hacienda, Antonio Beteta; el presidente del Consejo Superior de Cámaras, Javier Gómez Navarro; el presidente de CEOE, Gerardo Díaz Ferrán; el secretario general de UGT, José Ricardo Martínez; el presidente de Caja Madrid, Rodrigo Rato; el presidente del Comité Ejecutivo de IFEMA, Luís Eduardo Cortés, así como numerosos representantes

de instituciones empresariales, alcaldes de diversos municipios madrileños y rectores de varias universidades radicadas en la Comunidad de Madrid, entre otras acreditadas personalidades.

### Un Plan Estratégico para la Cámara

En su discurso de toma de posesión Arturo Fernández anunció que, junto a su equipo, piensa desarrollar un Plan Estratégico para la Cámara que responda a las necesidades reales de todo

el tejido empresarial madrileño. “Voy a reunirme - dijo - con todos sus representantes para escuchar sus propuestas y para tomar el pulso de la situación”. Para ello el nuevo presidente de la Cámara manifestó que se seguirán generando las mayores sinergias con el Gobierno de la Comunidad de Madrid, para que dentro de su ámbito de competencia se garantice que la actividad empresarial se desarrolle en las mejores condiciones. “Porque a los empresarios nos corresponde - subrayó - la generación de riqueza y empleo, y al poder político establecer el marco adecuado para que eso pueda producirse”. En este mismo sentido, Arturo Fernández también se refirió a la necesidad de que se aborden

reformas estructurales profundas por parte del Gobierno español, que logren aportar esa necesaria estabilidad, así como la seguridad de los mercados para que España recupere su posición entre las economías avanzadas.

Sobre las cuestiones prioritarias que abordará la Cámara, Arturo Fernández señaló la potenciación de la innovación tecnológica en la gestión de las empresas madrileñas, acompañada de un refuerzo de las acciones formativas, así como de la actividad exportadora. “Ya que - dijo - sólo incrementando nuestras exportaciones y siendo más competitivos, estaremos en la buena dirección para salir de la crisis”

Durante su intervención, Arturo Fernández también puso de relieve su compromiso de hacer más fecunda la colaboración entre la Cámara y CEIM, con el objetivo de lograr el máximo rendimiento de los recursos en beneficio de las empresas de la Comunidad de Madrid.

L.R.]



# PUNTOS DE ENCUENTRO



Fiel a su cita, entre los días 24 y 26 del pasado mes de septiembre, la segunda edición anual de MODACALZADO + IBERPIEL presentó las colecciones de calzado y marroquinería de las más importantes firmas y marcas del mercado actual. En esta convocatoria, el Salón, organizado por IFEMA, contó con la participación de 305 empresas y la presencia de más de 700 marcas nacionales e internacionales.

Y como viene ocurriendo en pasadas ediciones, nuestro Colegio también estuvo presente en el certamen a través de un stand, en colaboración con MODACALZADO, en el que tuvieron lugar estimulantes y útiles encuentros entre Agentes Comerciales dedicados al sector y personas responsables de las empresas expositoras en la feria. Unos encuentros que persiguen establecer los contactos necesarios con el fin de comercializar productos en unos mercados que pueden resultar muy positivos, tanto para las citadas empresas como para los Agentes Comerciales.

Como una novedad en el stand, el Colegio presentó un sugestivo y eficaz vídeo en el que se pone de manifiesto, tanto la naturaleza de nuestra corporación, como la importante práctica profesional que llevamos a cabo los Agentes Comerciales madrileños.

En él se destacan todos los aspectos beneficiosos que suponen para las empresas el contar con profesionales de la venta debidamente colegiados, así como las ventajas derivadas de su excelente preparación técnica, y para la que el Colegio ha puesto a su servicio todos los medios necesarios para que desarrollen eficazmente su labor, entre los que sobresale el Canal TV Internet del COACCM, uno de los más modernos y poderosos soportes informativos para llevar a cabo la operatividad y gestión comercial. Y todo ello puesto al servicio, tanto de los Agentes Comerciales, como de las entidades y empresas con las que nos relacionamos.

El vídeo tuvo un gran éxito y suscitó comentarios muy elogiosos por parte de los asistentes al stand.

Asimismo, en este punto de encuentro entre MODACALZADO y los Agentes Comerciales se tuvieron sensaciones muy positivas, pese a la crisis, y sobre las que se coincidió en observar algunos signos de normalización del sector, lo que nos permite abrigar cierta esperanza en un futuro más prometedor.

L. R. J



## SALÓN LOOK INTERNACIONAL

### La Feria de la Imagen y la Estética Integral

Fiel a su cita el SALÓN LOOK INTERNACIONAL, la Feria de la Imagen y la Estética Integral, se celebró entre los días 15 y 17 de octubre en la Feria de Madrid, reuniendo a las más prestigiosas marcas y empresas expositoras que mostraron los últimos avances en el cuidado de la imagen y el cabello. Una cita ineludible para los profesionales del sector.

Y como ya viene siendo habitual, nuestro Colegio, en colaboración con el SALÓN LOOK INTERNACIONAL, propició un eficaz punto de encuentro a través de un stand en el que los Agentes Comerciales pudimos darnos a conocer mediante informadores "in situ" y un espléndido vídeo que ponía de manifiesto tanto la naturaleza de nuestra corporación, como la importante labor profesional que desarrollamos, además de dar a conocer la reciente puesta a punto de nuestro CANAL TV INTERNET.

La experiencia constituyó un éxito, pues a la vez que el stand actuó como un complemento necesario entre las numerosas actividades que se llevaron a cabo en el certamen ferial, los Agentes Comerciales tuvimos la oportunidad de darnos a conocer y ofrecernos como profesionales expertos para ejercer en la especialidad del sector.

# Tomás Rey

## en nuestra columna del



TOMÁS REY BLANCO, de 62 años y con dos apellidos que pregonan su ascendencia gallega, es sin embargo un madrileño castizo nacido en el barrio de Chamberí, donde reside actualmente. También, a pesar de que su padre, José Rey Berredo, fue un Agente Comercial dedicado al textil, nuestro compañero comenzó su vida laboral (a los catorce años) relacionándose con productos mucho más consistentes, como los laminados y muelles que fabricaba una empresa catalana, iniciándose primero en sencillas tareas administrativas, para acabar vendiendo los útiles de cocina que también producía la firma.

Más adelante, a los dieciocho años, se emplea como dependiente y repartidor en la empresa REDSA, una asociación compuesta por Electrónica Scintilla, Aplicaciones Industriales Madrid y Lausan, en la que permaneció durante tres años. Al poco tiempo, conoce a Pablo Torino, un habilísimo agente comercial, para el que trabaja en un gremio que, en adelante, marcaría su vida: el de los recambios y accesorios para el automóvil. Tras cumplir con el servicio militar, se independiza y ficha por la empresa FRANGEL, representándola hasta el año 1990, y posteriormente prosigue con la representación de otras prestigiosas firmas del sector, como REPUESTOS GÉNOVA, MACOR y PROAUTO, S. A, que le granjean el reconocimiento del gremio calificándole como un vendedor excepcional.

Un reconocimiento que, asimismo, le ha tributado nuestra entidad al concederle el Emblema de Oro de la colegiación por su larga trayectoria profesional y desinteresada entrega al Colegio, pues nuestro compañero Tomás preside desde hace años la popular Sección de Especializados dedicada a los Recambios y Accesorios para el Automóvil.

### Sus primeros pasos en la venta los dio en el sector de la ferretería, ¿Recuerda aquellos comienzos?

Los recuerdo perfectamente, aunque se remontan hasta mediados de los años sesenta del siglo pasado. Y esta memoria me lleva a recordar que el transporte de los muestrarios lo hacía en una moto vespa, y que el primer comercio que visité fue la Ferretería Vallehermoso, donde me recibieron de una manera, digamos que peculiar, pues los ferreteros de aquella época eran muy especiales y no hacían mucho caso de los jóvenes.

**Además, por aquel entonces, usted representaba a una empresa fabricante de útiles de cocina, muy diferente a las de recambios y accesorios para el automóvil, a las que ha dedicado su vida como vendedor.**

Así es, yo vendía bandejas, cucharas, espumaderas y otros útiles de cocina, fabricados por una empresa radicada en Barcelona y que tenía su delegación en Madrid, MUELLES ROS, en la Ronda de Valencia. Y estos productos de cocina que vendía por aquellos años, tenían una calidad extraordinaria, pues estaban fabricados todos en "inox 18/18".

### ¿Cuándo se decidió por los recambios y accesorios para el automóvil?

El primer contacto lo tuve a través de la empresa REDSA, una distribuidora de equipos y recambios, en la que me coloqué como dependiente y repartidor. Pero la primera experiencia como vendedor de recambios se produjo al conocer a Pablo Torino Martínez, un estupendo agente comercial, que me empleó en su oficina y me permitió hacer algunas visitas, vendiendo paragolpes, pastillas de freno, portaobjetos para coche y los cinturones de seguridad Irvin, que costaba venderlos, porque en aquellos años aun no estaba establecida la obligatoriedad de su uso.

**Una experiencia que le llevó a optar, de una manera definitiva, por dedicarse a la venta.**

Efectivamente, pues en el año 1973 empecé a trabajar como agente comercial para la empresa FRANGEL, dedicada a componentes para los motores de arranque, antirrobo, silenciadores, juegos de cables y diversos tapones que necesitan los automóviles. Recuerdo que en aquella

empresa, para la que trabajé durante 18 años, también me estrené como viajante.

### ¿Cuándo decidió independizarse del todo?

Fue en el año 1986, cuando entró en vigor el famoso IVA, y me integré en el Epígrafe 511 en la Sección de Especializados del Colegio, dedicada a los recambios y accesorios para el automóvil. Así fue como comencé a representar a otras y muy diversas empresas del sector. Hasta que, en el año 2002, también me di de alta en el Epígrafe 6151, que contempla la venta al por mayor de recambios y accesorios de automóvil. De modo que llegué a operar con dos licencias. Fue entonces cuando comencé a comercializar productos de algunas representadas como INDERE, RPM, FRICMAR y otras. Puede decirse que, actualmente, comercializo todo tipo de productos relacionados con el automóvil.

**Los tiempos de hoy, me imagino, apenas tendrán que ver con aquellos de sus comienzos en la venta.**

Por supuesto. En los primeros años setenta la venta era muy diferente, pues



# Blanco

## Veterano



había muchos comerciantes dedicados al sector, que hacían pedidos muy importantes que luego almacenaban, porque aquellas carreteras y camiones de entonces no permitían la reposición de productos con la inmediatez de ahora. Tampoco existían los grupos de compra y las grandes superficies que han acabado con el pequeño comercio. Por ejemplo, de las cinco tiendas que había en el Rastro, PARAUTO, LUCERO, SAYALERO, CASA GARCÍA y REPUESTOS “EL CAMPILLO”, penas quedan dos, REPUESTOS “EL AUTOMÓVIL” y SERGIO GARCÍA, dedicada a portaequipajes, fundas y alfombras.

### Ahora las tiendas se han trasladado a los polígonos industriales.

Sobre todo a los de Fuenlabrada, Parla, Móstoles, Leganés y Alcorcón, pero también a los de Alcalá de Henares, Alcobendas, Torrejón y otros. En fin, una enormidad. Pero estas tiendas tratan asimismo con los grupos de compra, porque todas están integradas en alguno de ellos. Por lo que los Agentes Comerciales lo tenemos muy crudo.

### Entonces, ¿Cómo hacen frente a esta situación?

En mi caso me defiendo con productos de mucha rotación y de poco volumen en cuanto a precios se refiere, artículos muy básicos que no entran en las previsiones de distribución de los grandes grupos de compra porque se gastan poco. Son productos que podríamos llamar de menudeo, de precio menor pero de compra más constante, como la estrella de los “mercedes”, si quiere que le ponga un ejemplo curioso. Por lo tanto, no me puedo quejar, pues también distribuyo a algún concesionario importante y, además, tengo como cliente a la Cooperativa de Autotaxis de Madrid (SCAT), entre otros muchos. Y a todos ellos trato de servirles con prontitud, poniendo a su servicio los treinta y cinco años de experiencia que llevo en el sector del automóvil.

### ¿Hablamos de la crisis?

La crisis está sacudiendo a la mayoría de los sectores, y el nuestro no iba a ser una excepción. La estamos notando de una manera importante, sobre todo este

año. Por ejemplo, si antes reponían nuestras bolsas /equipo una vez al mes, ahora los pedidos los hacen cada tres meses. En fin, esperemos que esta crisis acabe cuanto antes.

### ¿Volvería a ser Agente Comercial en el mismo gremio?

Sin duda alguna. Volvería a ser Agente Comercial y siempre en mi ramo, el de Accesorios y Recambios para el automóvil. Tenga en cuenta que yo empecé con mi cartilla de la Seguridad Social el 14 de febrero de 1962, y la mayoría de mi trabajo lo he llevado a cabo en el sector del automóvil, al que debo agradecer casi todo lo que tengo, pues me ha permitido pasar del “seiscientos” de mis comienzos, al Mercedes 220 cdi que conduzco ahora.

Fabián Mendizábal



# FERIA DEL HOGAR MUEBLES Y DECORACIÓN



- Entre los días 9 y 17 del pasado mes de octubre, tuvo lugar en el recinto Ferial de la Casa de Campo, concretamente en su Pabellón de Cristal, la FERIA DEL HOGAR, MUEBLES Y DECORACIÓN.
- Un certamen que acogió a expositores del sector del mueble y la decoración, así como de los electrodomésticos y la domótica.

La feria, bajo la dirección de Rafael García Siso, contó con el asesoramiento del prestigioso decorador, Javier Muñoz, vinculado a "Casa Jardín". En el acto de inauguración del certamen estuvieron presentes, Francisco Javier Cordero y Manuel – Soldino Huerta, presidente y tesorero, respectivamente, de nuestra corporación.

El certamen ofreció todo lo imaginado por el consumidor más exigente, desde la excelente calidad y diseño de los productos allí exhibidos, hasta los precios, que fueron muy ponderados. Y además de los clásicos stands de decoración, se presentaron unos formatos de expositores ciertamente originales, con un evidente carácter lúdico, que permitieron a los visitantes una visualización de cómo será la casa del futuro, contando con la ayuda de un software de decoración virtual. Asimismo,

mo, la feria dio a conocer todas las novedades en la oferta de electrodomésticos, domótica, electrónica, arte, muebles y WELLBEING.

### Jóvenes diseñadores

Entre otros alicientes, la feria también contó con la presencia y las propuestas de jóvenes diseñadores, que fueron acompañados por los ganadores de los prestigiosos "Premios de Diseño Electrolux", a los que cada año concurren casi un millar de jóvenes diseñadores

industriales. Los diseños de los finalistas se expusieron al público de la feria.

Otro de los grandes atractivos de la feria estuvieron constituidos por los stands temáticos del chocolate, el cava, las pasarelas y las unidades de cuidados personales y estética, así como las importantes ofertas (en venta directa) de muebles y elementos de decoración, en la zona de "ventas de stocks", que hicieron del certamen un lugar de visita obligada durante sus días de celebración.

L.R.]



## ACTUALIZACION DE DATOS



Te rogamos rellenes con tus datos profesionales esta ficha, con el objeto de actualizar el fichero colegial. Así, podrás beneficiarte de las futuras ofertas de empresas que soliciten agentes comerciales.

Estos datos puedes enviarlos al Colegio por fax (91 7514754) y/o mail (coaccm@coaccm.org).



Nombre y Apellidos	Secciones del COACCM que desarrolla	Empresa que representa 1
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Dirección/C. Postal		Empresa que representa 2
<input type="text"/>		<input type="text"/>
Teléfono y Fax	Teléfono Movil 1	Empresa que representa 3
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
E-mail	Teléfono Movil 2	Empresa que representa 4
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
D.N.I.	Observaciones	Firma de Autorización de Datos
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Nº Colegiado		
<input type="text"/>		

En cumplimiento de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico y la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, usted queda informado y entendemos que presta su consentimiento expreso e inequívoco a la incorporación de sus datos en un fichero de datos personales cuyo Responsable es el COLEGIO OFICIAL DE AGENTES COMERCIALES DE LA COMUNIDAD DE MADRID con domicilio social en Calle Ladera de los Almendros, 40, 28032-Madrid (España) con la finalidad de actualizar dicho fichero de datos y remitirle por correo electrónico, las publicaciones de nuestra Organización e informarle de los distintos servicios ofrecidos por ésta. Entendemos que consiente dicho tratamiento, salvo que en el plazo de treinta días desde la recepción de esta comunicación electrónica nos indique lo contrario a través de la dirección de correo electrónico coaccm@coaccm.org, donde en cualquier momento podrá ejercitar sus derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición.

# LA PROHIBICIÓN DE COMPETENCIA

Según establecen los artículos 20 y 21 de la Ley 12/1992, de 27 de mayo, sobre Contrato de Agencia “entre las estipulaciones del contrato de agencia, las partes podrán incluir una restricción o limitación de las actividades profesionales a desarrollar por el agente una vez extinguido dicho contrato. El pacto de limitación de la competencia no podrá tener una duración superior a dos años a contar desde la extinción del contrato de agencia. Si el contrato de agencia se hubiere pactado por un tiempo menor, el pacto de limitación de la competencia no podrá tener una duración superior a un año. El pacto de limitación de la competencia, que deberá formalizarse por escrito para su validez, sólo podrá extenderse a la zona geográfica o a ésta y al grupo de personas confiadas al agente y sólo podrá afectar a la clase de bienes o de servicios objeto de los actos u operaciones promovidos o concluidos por el agente”.

A diferencia del supuesto ya examinado de concurrencia, que se da mientras el contrato de agencia permanece vigente, en este caso nos referimos al caso de que ya haya concluido. Cuando concluya un contrato de agencia, el agente comercial es absolutamente libre de concertar cualquier otro, incluso para promover bienes o servicios que resulten directa competencia de los anteriores. Por supuesto, se parte de la base de que el desarrollo y finalización de la primera relación se hayan efectuado de buen fe, pues la ruptura abusiva de un contrato para trabajar con la competencia es una cuestión bastante más peligrosa y complicada.

Pero en el caso de una finalización normal de un contrato, el agente puede firmar otro con la competencia sin ningún problema. Salvo que, tal y como se ha indicado al citar la normativa existente, en el contrato ya extinguido se hubiera incluido un pacto de limitación temporal de dicha competencia.

Está claro que el empresario con quien se ha roto la relación puede tener un interés legítimo en que su antiguo agente no emplee los contactos o conocimientos adquiridos durante la promoción de sus bienes o servicios. Aunque lo más frecuente en la práctica es que sea el agente quien haya aportado a la relación dichos contactos y conocimientos, también puede ser que, sobre todo cuando se representa un producto puntero o de gran demanda, se dé el caso inverso.

La limitación de competencia jamás podrá referirse al libre ejercicio de la profesión de agente comercial, debiéndose circunscribir a la zona trabajada anteriormente o al grupo de clientes que se tenían asignados y a productos directamente competitivos con los anteriores. Si el agente cambia de productos, de zona o de clientes, no cabe limitar su actividad, ya que la previsión legal se refiere exclusivamente a no perjudicar al anterior empresario, no a perjudi-

car o limitar en absoluto la actividad profesional del agente.

En todo caso, la limitación no podrá jamás durar más de dos años y esto en el supuesto que el contrato de agencia terminado haya tenido por lo menos la misma duración; si no la ha alcanzado, la limitación no podrá exceder jamás el año de duración.

El pacto de limitación de competencia, por afectar directamente al ejercicio profesional, que es uno de los fundamentales de nuestro sistema constitucional, no puede jamás suponerse y exige su constancia por escrito. No es necesario que conste en el contrato original, pudiendo ser posterior al inicio de la relación. Incluso puede no constar en el contrato, siendo perfectamente válido un pacto que se limite a esta cuestión, siempre y cuando sea por escrito y están de acuerdo las voluntades de ambas partes contratantes.

Es frecuente que el pacto se realice en el mismo momento de dar por concluida la anterior relación; su validez es incuestionable, salvo que el empresario lo emplee como argumento coactivo condicionando a su aceptación el pago de comisiones pendientes o indemnizaciones legalmente procedentes. Cuando se produzca este caso no hay más salida que actuar guiados por el consejo profesional adecuado, ya que una ganancia inmediata puede producir una gran pérdida a corte plazo.

Servicio Jurídico Fiscal COACCM |



**El próximo día 17 de Diciembre de 2010, a las 19 horas, se celebrará un Funeral por el alma de su S.A.S. el Excmo. Sr. Don. JOSE ZAMOYSKI DE BORBÓN Y BORBÓN, en la Parroquia de San José, calle Alcalá 41, de Madrid.**

**Agradeciendo su asistencia al acto.**

**Un saludo,  
Luis López de Linares**



El Colegio Oficial de Agentes Comerciales de la Comunidad de Madrid pone a disposición de las empresas, y otras entidades que lo soliciten, la estructura para el desarrollo de eventos (cursos, reuniones, encuentros profesionales, asambleas, etc.)

### Características y capacidad de las aulas:

AULAS SIN ORDENADOR		
AULAS	CAPACIDAD MÁXIMA	PRECIO NO COLEGIADO
Aula 1	35 personas	20,00€/h
Aula 2	40 personas	20,00€/h
Aula 3	35 personas	20,00€/h
Aula 4	30 personas	20,00€/h
Aula 5	40 personas	20,00€/h
Aula 6	10 personas	14,00€/h

\*Estos precios no incluyen IVA

- Colegiados consultar tarifas en las oficinas del Colegio.
- Estas tarifas serán aplicables en función del nº de aulas que se alquilen.
- Disponemos de paneles móviles para unir varias aulas si se precisa, hasta un máximo de 3.

Disponemos de salón de actos

### Características y capacidad de las aulas:

AULAS CON ORDENADOR		
AULAS	CAPACIDAD MÁXIMA	PRECIO NO COLEGIADO
Aula 1	30 personas	24,00€/h
Aula 2	35 personas	24,00€/h
Aula 3	30 personas	24,00€/h
Aula 4	20 personas	24,00€/h
Aula 5	30 personas	24,00€/h
Aula 6	10 personas	14,00€/h

\*Estos precios no incluyen IVA

- Colegiados consultar tarifas en las oficinas del Colegio.
- Estas tarifas serán aplicables en función del nº de aulas que se alquilen.
- Disponemos de paneles móviles para unir varias aulas si se precisa, hasta un máximo de 3.

Disponemos de salón de actos

## Condiciones de Seguridad e Higiene del Centro de Servicios:

Pizarras para presentaciones • TV, DVD y video

Conexión Wifi • Salida de emergencia

Adaptación para el acceso y circulación por todas sus dependencias de personas con movilidad reducida

Extintores de incendio • Botiquín higiénico-sanitario

Cumplimiento de las condiciones higiénico-sanitarias, acústicas, de habitabilidad y seguridad exigidas por la legislación vigente

Disposición de aire acondicionado (frío y caliente) y un sistema de renovación de aire/hora, según legislación vigente

Máquina expendedora de bebidas frías y calientes • Máquina expendedora de sándwiches y snack

El abono de las salas se deberá realizar antes de las **48 horas** de su utilización.

Se recuerda que, según el **artículo del Real Decreto 192/88 de 4 de Marzo**, del Ministerio de Sanidad y Consumo, no se permite fumar en estas salas.

Localización

Colegio Oficial de Agentes Comerciales de la Comunidad de Madrid • C/ Ladera de los Almendros, 40 • 28032 MADRID

Tel: 917514788 Fax: 917514754

E-Mail: [coaccm@coaccm.org](mailto:coaccm@coaccm.org)



## Servicios del Colegio Oficial de Agentes Comerciales de la Comunidad de Madrid



### SERVICIOS GENERALES

CONVENIO CON CAMARA OFICIAL DE COMERCIO DE ESPAÑA EN BÉLGICA Y LUXEMBURGO

ASUNTOS EUROPEOS • INTERCAMBIO DE COLABORADORES ENSEÑANZA Y PERFECCIONAMIENTO • ENCUENTROS • CONSULTAS SALON DE ACTOS • DESPACHOS INTERNET • FAX

CONVENIO DE COLABORACIÓN CON LA UNIVERSIDAD EUROPEA DE MADRID

SERVICIOS CON LA CAMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE MADRID  
Todos los Autónomos tienen derecho a servicios que ofrece la Cámara de Comercio

PERITO CALÍGRAFO

### TELEVISIÓN CANAL TV INTERNET

MIEMBRO DE LA UICM

Unión Interprofesional de la Comunidad de Madrid, se encuentran englobados la mayoría de los Colegios Profesionales de Madrid. La Unión Interprofesional nos informa de todo lo relacionado con materia de Colegios Profesionales.)

MIEMBRO DE CEIM Confederación Española de la Industria Madrileña. Por ser miembro nos informa de todo lo que acontece a nivel Industrial.

OFICINA INFORMATIVA DEL COLEGIO EN IFEMA CON SERVICIO DE INTERNET, FAX, FOTOCOPIADORA, ETC.

FORMACIÓN PARA SER PERITO JUDICIAL

### TARIFAS ESPECIALES

HOTELES concertados con el Colegio.

HALCÓN VIAJES

HERTZ Alquiler de automóviles

TARJETA CEPESA STAR con descuentos de 0.03 € (5pts.) en combustible

BALNEARIOS

EMPRESAS COLABORADORAS Informática, Óptica, Residencias, Jardinería, Odontología, etc.

PROSEGUR ALARMAS

SEGURO VOLUNTARIO COMBINADO DE VIDA Y JUBILACIÓN.

SEGURO VOLUNTARIO COLECTIVO DE VIDA Y COMPLEMENTARIO ACCTS- UAP IBERICA.

SEGURO DE RETIRADA DEL CARNET DE CONDUCIR ORBITA

GESTORIA

CONCESIONARIOS DE AUTOMÓVILES DE DIFERENTES MARCAS concertados con el Colegio

ADESLAS DENTAL 7.18€/mes más información dirigirse al Colegio

REVISTA MERCURIO (Anunciarse) por poner tu publicidad en la revista Mercurio y en la página Web.

### PRESTACIONES GRATIS

SUBSIDIO POR DEFUNCIÓN

SEGURO DE ACCIDENTES EN LA VIDA PROFESIONAL Y PRIVADA

ENTRADA GRATUITA A LAS FERIAS DE IFEMA con el carnet de colegiado

REVISTA MERCURIO, BOLETINES Y CIRCULARES INFORMATIVAS

ACCESO A LA BOLSA DE TRABAJO Ofertas de representación nacionales e internacionales

ASESORÍA JURÍDICA

### SERVICIOS GRATUITOS

TRAMITACIÓN GRATIS DE LAS TARJETAS DE APARCAMIENTO EN ZONA DE CARGA Y DESCARGA DEL AYUNTAMIENTO DE MADRID

INFORMACIÓN SOBRE FERIAS NACIONALES E INTERNACIONALES

DESPACHOS EN LA SEDE COLEGIAL (a disposición de los colegiados)

BIBLIOTECA

CERTIFICADO Y RECONOCIMIENTO MÉDICO GRATUITO PARA EL PERMISO DE CONDUCIR (Clínica Concertada)

### TU PAGINA WEB GRATUITA EN CANAL TV

### OTROS SERVICIOS

INFORMES COMERCIALES DE CLIENTES

CONDICIONES ESPECIALES CON EL BANCO SABADELL-ATLÁNTICO Y EL BANCO POPULAR

SALÓN DE ACTOS

ACTIVIDADES INFANTILES

FIESTAS PATRONALES

- Santa Misa, se hace en honor a Ntra. Excelsa Patrona la Santísima Virgen de la Esperanza.
- Homenaje a nuestros jubilados con el tradicional "Cocido Madrileño"
- Acto de Hermandad: al final del acto se realiza la entrega de emblemas a los compañeros que cumplan sus Bodas de Plata, Oro y Oro y Brillantes.
- SS.MM: los Reyes Magos de Oriente día en el que reciben los Reyes Magos a nuestros hijos en el Colegio y se hace entrega de regalos.

FAX Y FOTOCOPIADORA



Más información en nuestra página web:

[www.coaccm.com](http://www.coaccm.com)

# ELECCIONES PARA LA RENOVACIÓN DE LA JUNTA DE GOBIERNO DEL COACCM



*Ejerce Tu Derecho de Voto*

## CALENDARIO FERIAL 2010/11



[www.ifema.es](http://www.ifema.es)

**2010**

**NOVIEMBRE**

03-04	<b>MARCA BLANCA</b> Feria de Marcas de Distribuidor en España	20-21	<b>BEBÉS Y MAMÁS</b> El Salón de la Futura Mamá, Bebé y Nuevas Familias
11-13	<b>FOTOVENTAS DIGITAL</b> Salón de Fotografía e Imagen	20-26	<b>FERIARTE</b> Feria de Arte y Antigüedades
12-14	<b>NATURIVA-ESQUÍ Y MONTAÑA</b> Feria de los Deportes y Actividades en la Naturaleza	24-25	<b>EMPACK</b> El Salón Profesional del Envase, Etiquetado, Embalaje y Acondicionamiento
16-18	<b>HEALTH INGREDIENTS &amp; NATURAL INGREDIENTS</b>	26-28	<b>MADRID GOLF</b> Todo el Golf en un solo espacio
16-19	<b>FIAA</b> UFI Feria Internacional del Autobús y del Autocar	26-28	<b>SIMA OTOÑO ESPECIAL FIN 2010</b> Salón Inmobiliario de Madrid
17-18	<b>FERIA DE EMPLEO PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD</b>	27-28	<b>TAXI</b> Feria del Taxi

**DICIEMBRE**

07-12	<b>DiverFam</b> Diversión en Familia
-------	---

**2011**

**ENERO**

19-23	<b>FTUR</b> UFI Feria Internacional de Turismo
-------	---

**FEBRERO**

03-05	<b>SIMM</b> UFI Salón Internacional de Moda de Madrid	16-20	<b>ARCOmadrid</b> UFI Feria Internacional de Arte Contemporáneo
03-07	<b>GIFTRENOS MADRID</b> <b>BISUTEX</b> UFI Salón Internacional de la Bisutería y Complementos	17-19	<b>CASA PASARELA</b> Pasarela de la Vanguardia del Hábitat
	<b>IBERJOYA</b> UFI Salón Internacional de la Joyería, Platería, Relojería e Industrias Afines		<b>CIBELES MADRID FASHION WEEK</b>
	<b>INTERGIFT</b> UFI Salón Internacional del Regalo		
15-17	<b>EXPORECLAM</b> Feria Internacional del Regalo Promocional y Publicitario		

**FERIA ORGANIZADA POR IFEMA**  
**UFI** Certamen Internacional certificado por UFI (Asociación Mundial de la Industria Ferial). IFEMA podrá introducir modificaciones al programa ferial contenido en este calendario. Consultar con LINEA IFEMA para confirmación de fechas.

Ref.: 30032010

**LINEA IFEMA**  
 LLAMADAS DESDE ESPAÑA  
 INFOIFEMA 902 22 15 15  
 FAX (34) 91 722 58 01  
 IFEMA Feria de Madrid  
 28042 Madrid  
 lineaifema@ifema.es