

MERCURIO

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

Estuvimos en la 1ª Edición de

Mercadisimo

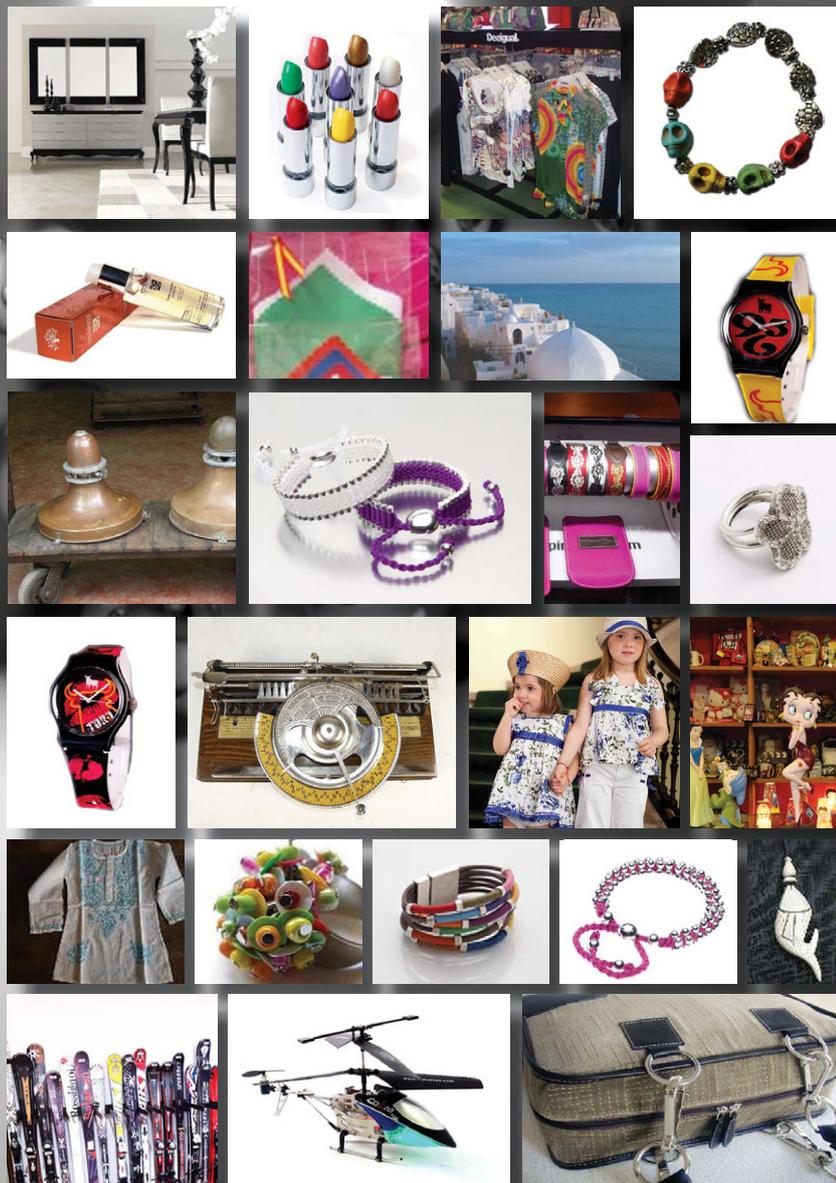
Feria de Compras y Diversión

**ASAMBLEA
GENERAL
2011**

**CONVENIO ENTRE
EL COACCM
y CTi Tecnología
y Gestión**

**FERIA INTERNACIONAL
HANNOVER 2011**

**MANUEL TERUEL
NUEVO PRESIDENTE
DEL CONSEJO
SUPERIOR DE
CÁMARAS
DE COMERCIO**



Entrevista con
Jaime Sabaté



109

Editorial:	
• "MERCURIO" En Edición Digital.	2
Revista de Prensa:	
• Participación Ciudadana.	3
El Colegio Informa:	
• Asamblea General 2011.	4
El Colegio Informa:	
• Firmado el acuerdo entre El COACCM y CTi Tecnología y Gestión.	6
Ferias Nacionales:	
• MERCADÍSIMO Feria de Compras y Diversión.	7
Entrevista:	
• Jaime Sabaté.	9
Ferias Internacionales:	
• EMO Hannover 2011.	11
Ferias en Madrid:	
• Salón Internacional del Club de Gourmets.	12
El Colegio Informa:	
• Campamentos de Verano.	12
El Colegio Informa:	
• Manuel Teruel, Nuevo Presidente del Consejo Superior de Cámaras de Comercio.	13
Actividades Colegiales:	
• Club del Veterano	
Relevo en la Presidencia del Club.	14
Columna del Veterano:	
• Francisco Gómez de la Calle.	15
Actividades Colegiales	
• Campeonato de Padel.	17
El Colegio Ofrece:	
• Alquiler de Aulas.	18
• Servicios del COACCM	19
• Tu Página Web	20
• Octubre / Noviembre de 2011.	20

"MERCURIO" EN EDICIÓN DIGITAL

Nuestra revista "Mercurio" aparece por primera vez en edición digital, un formato en el que también se presentan la gran mayoría de los medios de comunicación, tanto impresos como audiovisuales, sobre todo en estos últimos años, cuando vemos girar nuestra vida de un modo radical al compás que nos marca la revolución tecnológica.

Una revolución que ha hecho evolucionar al propio sistema tradicional de Internet, al proporcionar nuevos instrumentos dirigidos al usuario que están permitiendo la interacción en red a una ciudadanía que ya puede compartir informaciones de todo tipo, como textos, fotografías, audio, vídeos, etc. desde los ordenadores y los teléfonos móviles, constituyendo la nueva sociedad de la conversación, como la denominan ya los expertos en redes sociales.

En apenas más de un lustro, hemos sido testigos de la aparición de numerosas aplicaciones que ya concitan en torno a ellas enormes audiencias, cifradas en centenares de millones de personas en todo el mundo, que pueden intercambiar informaciones en sentido y carácter bidireccional a través de estas redes sociales (Facebook, Twitter, Tuenti, You tube, Wikipedia, etc.) y desde los blogs.

Esta realidad en la que navegan contenidos generados por los usuarios de estas

tecnologías abre todo un mundo de posibilidades, como lo ha demostrado nuestro Canal de Televisión vía Internet, convirtiendo nuestras pantallas de ordenador en excelente vehículo para que empresas, entidades como nuestro Colegio y otras, agentes comerciales y clientes, nos podamos comunicar sin utilizar los medios de comunicación tradicionales, haciendo fluir opiniones y todo tipo de datos a gran velocidad.

Así, para aprovechar este nuevo marco comunicacional es por lo que el Colegio ha decidido presentar la edición de MERCURIO en digital, sustituyéndolo en alguno de sus números al de formato impreso en papel, con el objetivo de ir acostumbrando a nuestros lectores, sobre todo a los que no frecuentan Internet, a que se vayan familiarizando con este medio ya imprescindible en el mundo de hoy.

La edición digital de MERCURIO, como pueden comprobar, seguirá manteniendo su conformación habitual, con los contenidos y secciones que nos caracterizan, además de las novedades que vayamos introduciendo para hacer más interesante su lectura. En todo caso, la edición impresa de MERCURIO no desaparecerá del todo, pues el Colegio considera que el carácter tangible que posee confiere un valor añadido que fortalece nuestro vínculo con la corporación que lo edita.

Con la edición digital de MERCURIO, además de abaratar su coste en una época de crisis, pretendemos llamar la atención sobre el aprovechamiento del potencial que nos ofrecen las nuevas tecnologías en las estrategias de comunicación e imagen corporativa, invitando a incorporarnos a ellas, frecuentando su uso y aprendiendo a movernos en estos nuevos medios, porque, entre otras cosas, buena parte de nuestro futuro estará condicionado por ellos.

STAFF EDITORIAL

Edita:
Colegio Oficial de Agentes Comerciales de la Comunidad de Madrid

Directora General
Caroline Tak

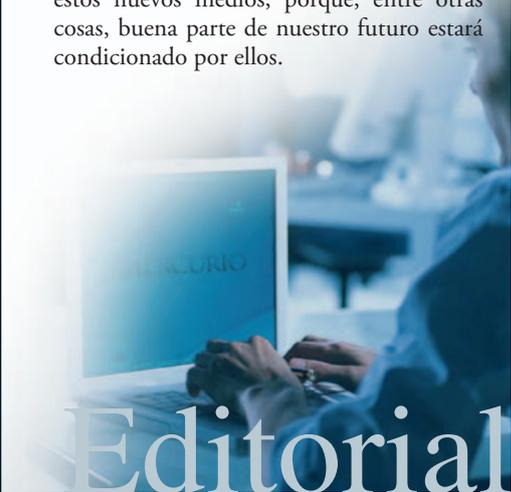
Director Ejecutivo:
Angel Rivera Garrido

Secretaria de Redacción:
Rosa López de Linares

Diseño y Maquetación:
Jaime Alexandre · arteestudio4@gmail.com
Arteestudio Publicidad & Comunicación

Domicilio:
Calle Ladera de los Almendros, 40.
28032 Madrid
Tel: 91 751 47 88 / **Fax:** 91 751 47 54

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



PARTICIPACIÓN CIUDADANA



La Unión Europea ya tiene el mecanismo de iniciativa ciudadana aprobado desde el pasado mes de febrero mediante un Reglamento que entrará en vigor el 1 de abril de 2012. Un millón de firmas recogidas en siete países diferentes, y acreditados por un sistema accesible y cómodo serán necesarias para articular esta iniciativa. Una cantidad de apoyos que con las tecnologías de la información no resultan ser un imposible y abre un nuevo camino para que la ciudadanía europea participe en el impulso de normas o la modificación de las vigentes.

En España la iniciativa popular del artículo 87.3 de la Constitución Española - CE - fue desarrollada por una Ley Orgánica en 1984 y cuenta con un campo de actuación amplio pero con ciertos límites, como son materias propias de Ley Orgánica, tributarias o internacionales.

Este mecanismo que se puso a disposición de los españoles no ha tenido apenas manifestaciones prácticas, no llevándose más que apenas una decena de iniciativas. Pero además de estas vías institucionalizadas para la participación directa de los ciudadanos en los asuntos públicos, la participación ciudadana en el sistema democrático tiene su pieza fundamental en el derecho de asociación consagrado en el artículo 22 de la CE. Particular interés tienen las asociaciones de utilidad pública cuyos objetivos están enfocados al interés general.

Los colegios profesionales como entidades que agrupan a determinados ciudadanos a los que les une una profesión, no son asociaciones pues su creación depende de la ley, no sólo de la voluntad de los ciudada-

nos aunque presupone la existencia de esta voluntad por parte del colectivo profesional correspondiente lo que se ha de sumar a la existencia de un interés general que requiere ser tutelado.

La sociedad civil camina impetuosa en los escenarios actuales. El reconocimiento de las funciones de las instituciones representativas por parte de los poderes públicos es un factor esencial de la democracia. Este reconocimiento se debe traducir en interlocución y en participación efectiva en la gestión de los asuntos públicos.

El agrupamiento de personas para tratar y desarrollar asuntos es un fenómeno antropológico y por ello consustancial al individuo, efecto natural que va asociado a una intención y al sentido de pertenencia al grupo.

Pertenecer, estar incorporado a un colegio profesional, más allá de ser un requisito legal por razones de interés general, implica una manifestación de grupo y ello tiene un gran potencial en varios sentidos esen-

ciales, como son el participativo, el contacto estrecho entre pares, así como el desarrollo profesional, tanto individual como colectivo. Pertener al colegio de la propia profesión ha de ser una satisfacción, un apoyo y un amparo en el ejercicio profesional, a veces duro y difícil. El colegio no son "otros"; es cada colegiado, cada profesional que puede, y debe canalizar sus aspiraciones por los cauces previstos. Entre los miembros de una profesión ha de haber un hilo conductor que se articula mediante el colegio y que muestre la verdadera integración de todos en estas corporaciones de condición pública y privada que están también llamadas a participar en los asuntos públicos.

"Profesiones" (Junio 2011)
Revista de la Unión Profesional

• 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

ASAMBLEA GENERAL 2011



El pasado 31 de marzo tuvo lugar en el salón de actos de nuestra sede la Asamblea General Ordinaria correspondiente al año 2011. Un acto institucional que se convoca anual y preceptivamente por la Junta de Gobierno del Colegio y en el que pueden participar todos los colegiados para decidir sobre el conjunto de actividades, proyectos y realizaciones a llevar a cabo por el Colegio con el fin de cumplir con las estrategias y objetivos propuestos para el ejercicio en curso. La mesa presidencial de la Asamblea estuvo compuesta por Francisco Javier Cordero, presidente del Colegio, Manuel Soldino Huerta, vicepresidente, José María Quiza, secretario general, y Cristina Hernández, tesorera de la corporación.

El acto comenzó con la intervención de nuestro secretario general, José María Quiza, quien dio lectura para su aprobación, si procediera, al acta de la Asamblea celebrada en 2010, que fue aprobada por unanimidad. Seguidamente, cedió la palabra a Francisco Javier Cordero, presidente del Colegio, para que llevara a cabo la preceptiva presentación del informe anual a la Asamblea. Nuestro presidente, tras agradecer y dar la bienvenida a los asistentes al acto, así como a los miembros de Mesa que le acompañaban, dio lectura a su informe, que comenzó haciendo una referencia a la actual crisis econó-

mica que estamos padeciendo y que tan negativamente está afectando a nuestro colectivo profesional.

Una crisis económica, que según señaló Francisco Javier Cordero, nos está haciendo operar en un entorno muy poco favorable, “pero que también -dijo- estamos seguros de que acabaremos superándola gracias a nuestro empuje y a una mejor preparación técnica de nuestra oferta profesional, a la que se suma la acción colegial para velar por nuestra profesión y sus ejercientes, utilizando toda la voluntad así como los medios a su alcance”.

Puntos de encuentro

Unos medios a los que se refirió el presidente señalando de una manera destacada a nuestro CANAL TV del COACCM, que a través de las pantallas del ordenador nos han ofrecido las realizaciones más relevantes llevadas a cabo en la acción colegial durante este ejercicio de 2010, como la celebración en nuestra sede social de un punto de encuentro entre los más altos directivos de la FERIA HABITAT VALENCIA 2010 y una más que nutrida representación de compañeros del sector del mueble, una reunión que resultó de lo



más fructífera para los agentes comerciales madrileños.

En el plano internacional, Francisco Javier Cordero también puso de manifiesto la importancia que tuvieron las reuniones conjuntas mantenidas entre la presidencia del Colegio y la dirección del Parque Ferial Online, con destacados miembros de la Oficina Comercial del Gobierno de Colombia en España, PROEXPORT, así como con la directora del Centro de Negocios Internacionales de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, que fue acompañada por empresarios colombianos del sector del calzado y complementos. Reuniones y puntos de encuentro que tuvieron su correlato en la oferta de interesantes representaciones para los agentes comerciales españoles.

En su alocución, Cordero también se refirió a la importancia que tuvieron los cursos organizados por el Colegio en colaboración con otras entidades e instituciones que también se presentaron a través de nuestro CANAL TV, como el acto de inauguración del II Curso de Agentes Comerciales para deportistas de élite del Comité Olímpico Español (COE), y el primer Curso de Agente Comercial para Mujeres, a los que acompañaron otros cursos en el presente año 2011, como el denominado "El movimiento según el sentimiento", dedicado a mejorar las limitaciones que podríamos tener en el momento de tratar directamente con el público, que comenzó el pasado 15 de enero, así como la iniciativa prevista del Curso de Agente Comercial para Emprendedores y otros.

Rigor y austeridad

Unas actuaciones que, unidas al ajuste llevado al máximo en nuestra línea presupuestaria, - afirmó el presidente - "nos han permitido equilibrar unas cuentas que cierran un ejercicio en positivo al conseguir los objetivos previstos para el año 2010. Objetivos - añadió - que pretendemos mantener, e incluso ampliar en el ejercicio de 2011, gracias a una rigurosa política de austeridad y a la buena gestión de nuestra Junta de Gobierno, que desde el pasado mes de diciembre fue ratificada y preceptivamente renovada por el proceso electoral convocado a tal efecto. Una Junta de Gobierno - dijo - que proseguirá en esa línea de establecer las bases que posibiliten la mejor formación e información para su censo, y de ahondar sobre todos los temas que puedan beneficiar a la colegiación".



Mas adelante, nuestro presidente se refirió a otras iniciativas, a través de las cuales el Colegio sigue manteniéndose presente en todos los entornos que le puedan ser favorables, mediante los contactos con grandes empresas, reuniones con asociaciones y organizaciones de empresarios y organismos oficiales, además de la oficina instalada en IFEMA, así como nuestra presencia colegial en sus ferias mediante "stands" permanentes en MODACALZADO y el SALÓN LOOK INTERNACIONAL, que contaron con la aplicación de un eficaz vídeo promocional de nuestra profesión. "Una presencia ferial - afirmó Cordero - que haremos lo posible por extenderla hacia otros sectores, con el objetivo de mantener un punto de encuentro para que los agentes comerciales y las

empresas expositoras realicen contactos para comercializar sus productos"

Al concluir su informe, Francisco Javier Cordero puso de manifiesto que seguimos mejorando en nuestra actividad corporativa, haciendo frente a nuestros compromisos, y "aunque queden cosas por hacer - dijo - serán ellas precisamente las que nos alienten para seguir esforzándonos en esa tarea de ofrecer el mejor servicio a nuestro censo".

A continuación, una vez finalizada la lectura de su informe anual, nuestro presidente cedió la palabra a nuestra compañera Cristina Hernández, tesorera de la corporación, para que presentara su informe económico e hiciera un breve resumen del Balance, Memoria y Cuenta de Resultados, que logró su aprobación por unani-

midad, así como la fijación del importe de la nueva cuota colegial que se verá aumentada en un euro por trimestre, es decir, tan sólo cuatro euros al año.

Así, con la presentación y aprobación por unanimidad del Presupuesto de Ingresos y Gastos para el ejercicio de 2011, con cifras que no se modifican desde hace ya muchos años, y la elección de los integrantes de la Comisión Revisora de Cuentas, integrada por nuestros compañeros Luís López de Linares, Jacinto de la Fuente y Rafael San Gabino, fue como concluyó una Asamblea que discurrió con una normalidad y un orden en perfecta sintonía con la madurez colegial de un censo acostumbrado a organizarse de un modo solidario y democrático.

FIRMADO EL CONVENIO ENTRE EL COACCM y CTi TECNOLOGÍA Y GESTIÓN



En la sala de juntas de nuestra sede social, el pasado 9 de junio, Francisco Javier Cordero, presidente del COACCM, y Emilio J. Estebaranz, director general de la empresa CTi TECNOLOGÍA y GESTIÓN S. A, llevaron a cabo la firma efectiva del convenio de colaboración establecido entre el Colegio Oficial de Agentes Comerciales de la Comunidad de Madrid y la citada empresa perteneciente al grupo CESCE e INFORMA, con el objetivo de crear una herramienta útil para que las empresas en las que prestamos servicio los Agentes Comerciales puedan conseguir el cobro de los impagados y morosos.

Así, con la firma de este convenio de colaboración, las empresas que contraten a Agentes Comerciales colegiados contarán en adelante con un instrumento muy valioso para hacer frente al enojoso trámite que supone el cobro de los impagados y de las cuentas afectadas por la morosidad. Asimismo, los colegiados podrán beneficiarse de la gran ventaja que supone que el Colegio haya puesto a su servicio un medio tan útil para llevar a término la gestión de los cobros, que en la mayoría de las ocasiones resulta muy engorrosa y produce enormes pérdidas de tiempo en detrimento de las ventas.

Con todo ello el Colegio ha puesto un broche de oro en todo lo que supone para las empresas la conveniencia de contar en sus departamentos de venta con Agentes Comerciales colegiados, que les permitan, como un valor añadido, no sólo el que puedan conseguir economías de escala, sino que también puedan reducir tanto el coste total de distribución, como el coste unitario de las transacciones, incrementando así el nivel de servicio con el mismo coste total de distribución. A todo ello habría que añadir la evitación de substanciales gastos derivados de los importes referidos a materias fiscales y

sociales, En definitiva, un verdadero cúmulo de ventajas para las empresas que decidan contratar a Agentes Comerciales colegiados.

Gestión de cobros y control de riesgos

En lo relativo a la firma del citado convenio conviene poner de manifiesto que la empresa CTi TECNOLOGÍA Y GESTIÓN, forma parte del GRUPO CESCE, un gran grupo integrado por numerosas sociedades especializadas en distintas áreas del Riesgo Comercial (Seguros de Crédito Interior y Exterior, Cauciones, Información Comercial, Financiera y de Marketing, y otras actividades relacionadas) que cuenta con una amplia red comercial en España y también con presencia en diferentes países de Europa, África y América del Sur.

Entre sus numerosos servicios figuran:

1. LA GESTIÓN DE CUENTAS A COBRAR, realizando la gestión de los créditos desde su emisión hasta su vencimiento. Esta fase, previa al cobro efectivo final, será totalmente gratuita para las empresas que cuenten con Agentes Comerciales en sus departamentos de ventas.

2. LA VERIFICACIÓN DE LA SOLVENCIA DE LOS CLIENTES, mediante la utilización de su amplia red de información comercial y financiera.

3. LA GESTIÓN DE LA MOROSIDAD, mediante el empleo de métodos como el acuerdo amistoso, hasta llegar a la reclamación judicial. Como dato importante es preciso señalar que el IMPORTE MÍNIMO de la reclamación será de 1.000 euros.

En breve, este convenio se completará con la firma de un acuerdo con la empresa INFORMA D&B S. A., una sociedad que tiene por objeto la elaboración y comercialización de informes comerciales y financieros sobre empresas, que podrán utilizar para su gestión tanto las empresas como sus agentes comerciales.

Tras la compra de DUN & BRADSTREET España y Portugal, INFORMA D&B S.A, es la única empresa española que ofrece acceso online a la mayor base de datos de información comercial, financiera y de marketing, del mundo

Mercadísimo
Feria de Compras y Diversión

8-12
Junio
2011

ORGANIZA



IFEMA
Feria de
Madrid

TU ENCUENTRO

MERCADÍSIMO, NUEVA FERIA DE OCIO, CONSUMO Y TIEMPO LIBRE

Coincidiendo con el comienzo de la temporada veraniega y con el respaldo de IFEMA, entre los días 8 y 12 de junio, se abrió al público la primera edición de MERCADÍSIMO, Feria de Compras y Diversión, presentando una variada oferta multisectorial integrada por un amplio abanico de productos, servicios y actividades en torno al mundo del ocio, el consumo y el tiempo libre. Un evento con venta directa al público que, durante casi una semana, convirtió al Pabellón 6 y su zona exterior de FERIA DE MADRID en un gran espacio comercial y de entretenimiento.



La feria MERCADÍSIMO nace con el objetivo de ofrecer a sus clientes una plataforma de contacto directo con el público, diseñada para estimular el consumo, en un mes especialmente indicado para favorecer la rotación de productos e iniciar la planificación de la campaña de otoño con escaparates absolutamente renovados.

Así, para el visitante, MERCADÍSIMO representó la ocasión de realizar sus compras cómodamente y conocer un completo escaparate en bienes de consumo, con atractivos precios y calidades. Una oferta de shopping y entretenimiento, en la que tomaron parte más de 200 empresas y en la que estuvo representada una amplia variedad de sectores, entre los que destacaron Aire Libre y Ecología, Artesanía, Coleccionismo, El Mundo del Bebé, Gastronomía, Hogar y Decoración, Manualidades y Bellas Artes, Moda y Complementos, Ocio y Deporte, Salud y Belleza, y Turismo Activo, Cruceiros y Last Minute.

Renovar el armario y puesta a punto del hogar

La oferta en Moda y Complementos fue uno de los platos fuertes en esta primera edición de MERCADÍSIMO, pues cerca de un 38% de las empresas presentes en la muestra correspondieron a estos sectores, mediante un amplio colectivo de comercios y marcas

especializadas en este segmento: Ropa, calzado, bisutería, bolsos, pequeña marroquinería, complementos de fiesta, etc. que invitaron a los visitantes a renovar el armario ante la llegada de las vacaciones, las expectativas de un viaje, la celebración de ceremonias propias de esta época del año, o simplemente de permitir-se un capricho a un buen precio.

El mundo del hogar y la decoración, con un 35% de participación, también constituyó una útil herramienta para impulsar el negocio, potenciando una excelente respuesta de empresas y puntos de venta especializados en este segmento, ofreciendo al visitante interesantes ofertas enfocadas a la puesta a punto de residencias de vacaciones, jardines, terrazas, piscinas y, en general, para la adquisición de todos aquellos artículos de menaje, complementos de decoración y mobiliario que, con la ventaja de su inmediata disposición, invitan a dar un nuevo aire al hogar.

La oferta de MERCADÍSIMO también contempló atractivas ofertas y descuentos en artículos de deporte, especialmente orientados al mundo del esquí y la náutica; bisutería y complementos; cosmética y belleza en general; productos de limpieza para en hogar, viajes, hobbies, antigüedades, un mercado medieval con tabernas típicas y múltiples tenderetes con objetos para comprar, y muchas otra propuestas. ▶





► **Actividades para todos**

La parte lúdica y de diversión vino de la mano de un programa de actividades diseñado para crear una atmósfera de esparcimiento y diversión en la que todo tipo de público pudo tomar parte activa y disfrutar del evento. El programa estuvo compuesto por diferentes propuestas para los amantes de la tonificación corporal, como clases de cardio, aerobox, baile activo y latino e incluso un maratón de step; un paseo por un auténtico mercado medieval, con talleres de forja, joyería antigua y exhibiciones de esgrima, etc.

Para los más pequeños, MERCADÍSIMO también tuvo una oferta de actividades, con diferentes representaciones infantiles, teatros y talleres enfocados al cuidado del medio ambiente, así como talleres solidarios de UNICEF, y un curso de Preconductores para chavales a partir de 10 años. El curso comenzó con una divertida clase teórica donde los pequeños aprendieron temas relacionados con el comportamiento del vehículo, así como nociones de mecánica. Después, realizaron en la pista las prácticas de arranque, cambio de marchas, colocación en el habitáculo y posicionamiento ante el volante, slalom, paradas y arranques, instrucciones sobre reglajes, etc. Es decir, toda una forma divertida de preparar a los futuros conductores-seguros, para que capten el significado de la conducción eficaz, pero sobre todo segura.

Por su parte, CLISOL AGRO presentó en MERCADÍSIMO el teatro “Regordete y Larguirucho y sus Bichitos Amigos: Descubre la Magia de nuestra Naturaleza”. Una actividad que trató de promover en los niños el cuidado por el medio ambiente, transmitiendo la empatía hacia las plantas de forma amena e interactiva.

Bajo este mismo enfoque, la Asociación para la Promoción del Consumo de Frutas y Hortalizas “5 al día” organizó, el sábado 11 de junio, diferentes juegos destinados a enseñar a los más pequeños cómo el consumo de frutas y hortalizas, en combinación con una alimentación equilibrada y la dosis adecuada de ejercicio físico, incide de una manera muy directa en su buena salud. Para ello, prepararon una serie de juegos y actividades que fueron impartidas por dietistas-

nutricionistas, en las que los niños pudieron aprender los beneficios de estos alimentos, sabiendo el por qué resulta necesario comer “cinco al día”.

Para los buscadores de tesoros la feria tuvo previsto durante las jornadas de fin de semana, el primer “Gran Desembalaje de Antigüedades”, y para los que quisieron cambiar de look, unas sesiones en las que un equipo de una conocida cadena de peluquería se ocupó de asesorar y realizar nuevos estilismos, de forma gratuita, a todos los interesados por esta la experiencia. Además, los visitantes de la feria pudieron asistir a representaciones de la obra de teatro “Cuatro embarazos y un muerto”, escrita y dirigida por Santiago Jiménez, así como a diferentes espectáculos y concursos, como el Campeonato de Madrid de Hip Hop, que se celebró en coincidencia con MERCADÍSIMO durante la jornada del sábado 11 de junio.

En definitiva, con esta primera edición de MERCADÍSIMO se inaugura un nuevo espacio ferial para los consumidores que, en este tiempo de crisis, encontrarán en la oferta de los expositores una variadísima oferta de artículos de los sectores más diversos, con una calidad contrastada y a precios más que razonables. Y todo ello con el complemento de múltiples actividades de entretenimiento para toda la familia. Deseamos a sus organizadores el mayor de los éxitos en sus futuras ediciones, como lo han demostrado en su presentación en Feria de Madrid.

Luís Riquelme |

• **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





| photo mercurio

ENTRE VISTA

CON

JAIME SABATÉ

JAIME SABATÉ (Tona, 1959) es un barcelonés especialmente vinculado con nuestra profesión desde que cumpliera sus primeros 18 años. Debutó como agente de ventas y muy pronto se encargó de la dirección comercial del taller de marroquinería que poseía su padre: una empresa dedicada a la fabricación de maletas y muestrarios, cuyos exteriores e interiores se hallaban específicamente adecuados para los agentes comerciales, en particular para aquellos que se dedicaban al gremio de la relojería, joyería y bisutería. Una actividad que ejerció durante 30 años y que no ha abandonado del todo, pues aun sirve artículos para un pequeño y selecto grupo de amigos. Hoy, se encuentra integrado en el equipo de ventas del grupo AYSECO, un conjunto de sociedades dedicado a la fabricación de relojes y complementos de joyería para importantes nombres del mundo de la moda y el deporte, que además ostenta la propiedad de la famosa marca de relojes TOROWATCH.

fuertes, porque la marca TOROWATCH resulta emblemática para la gente, pues la sabe distinguir y la aprecia.

SOMOS CREADORES DE UN PRODUCTO GENUINAMENTE ESPAÑOL, BANDERA EN SU GÉNERO Y QUE SE DISTINGUE POR SU EXTRAORDINARIA CALIDAD

El grupo AYSECO ha participado en la primera edición de Mercadísimo, ¿Cómo les ha ido la experiencia en el estreno de este novedoso certamen celebrado en la Feria de Madrid?

La experiencia ha resultado muy positiva, porque para nosotros la asistencia a las ferias resulta fundamental. Aunque tengamos una cartera de clientes muy selecta, la verdad es que el contacto con el público, ese cara a cara que se establece con él, nos facilita enormemente la demostración de lo que realmente somos capaces de hacer. En las ferias es donde exponemos todo lo que fabricamos y los proyectos que pensamos abordar en el futuro. Así, la asistencia a ferias como las de MERCADÍSIMO, IBERJOYA y otras, suponen para nosotros una auténtica ventana al mundo y una magnífica oportunidad de darnos a conocer.

Precisamente, la buena comunicación, junto al apoyo de un excelente equipo

de ventas, constituyen las señas de identidad del grupo AYSECO.

Efectivamente, nosotros contamos con un activo grupo de personas dedicadas a la comunicación que lo está haciendo muy bien, así como el equipo encargado de las ventas, que es el que nos lleva a hacer el “pie a pie” y la “puerta fría”, y con mucho éxito por cierto, pues estamos entrando en joyerías y relojerías de gran nivel. En Madrid, por ejemplo, estamos presentes en las mejores joyerías del ramo, así como en establecimientos que nos merezcan una garantía en el momento de defender y exponer nuestro producto. Madrid es inmenso y existen muchas tiendas que reúnen estos requisitos. Y lo mismo estamos haciendo en otras capitales, seleccionando aquellos comercios susceptibles de vender lo nuestro. En Andalucía, en Marbella sin ir más lejos, estamos haciéndonos muy

La marca de relojes TOROWATCH, con la presencia del toro y los colores de la bandera de España, tanto en su esfera como en la correa, ¿No resulta demasiado “typical spanish”?



| photo mercurio

En absoluto, no creo que responda a ese tópico que menciona. Nosotros defendemos nuestras tradiciones y entre ellas figura la fiesta nacional, así como el toro, uno de los animales más bellos que existen, y somos creadores de un producto ge-

• nuinamente español, bandera en su género y que se distingue por su extraordinaria calidad. Por eso tenemos tanto entusiasmo, porque creemos en nuestro producto y lo que significa.

Un producto, por lo que afirma, que también puede resultar bastante caro.

Para nada, porque nosotros estamos muy atentos en todo lo concerniente al binomio calidad-precio, y la marca TOROWATCH se caracteriza, precisamente, por ofrecer la máxima calidad a unos precios más que asequibles para el gran público. Una calidad que se puede apreciar en los materiales que empleamos, como son la plata, el oro y un excelente acero o pavonado para las cajas de los relojes, junto con la versión bañada en oro por el procedimiento de la electrólisis que los hacen inalterables de por vida. Y lo mismo podemos decir de nuestros estuches, todos ellos fabricados en maderas de auténtica raíz, o de laca china, para que nuestros productos tengan el acomodo digno que merecen.

Estos relojes, joyas y complementos, ¿Se fabrican en España?

Todo lo que se pueda fabricar en España, lo hacemos aquí, por ejemplo, las cajas, las correas, así como las joyas y complementos, que los hacen fabricantes españoles muy preparados pero siguiendo fielmente los modelos concebidos por nuestros diseñadores. En cuanto a las piezas que denominamos de "movimiento", nos las fabricaban en Japón, un país que suministraba a todo el mundo, con una calidad muy alta y a un precio ciertamente razonable. Pero debido al desgraciado terremoto que han padecido, en el que la fábrica ha resultado totalmente destruida, no hemos tenido más remedio que encargar el componente de "movimiento" a fabricantes suizos, que nos han hecho subir cinco escalones en cuanto a calidad, pero sin que esta circunstancia se refleje en nuestros precios, pues continúan siendo los mismos. En todo caso, también quisiera manifestar y desear a nuestros amigos japoneses una rápida recuperación de la lamentable desgracia que han sufrido, en la seguridad de que pronto llegará el momento en el que podamos seguir trabajando juntos.

La moda y el diseño son conceptos determinantes en este tipo de productos, ¿Son los españoles tan buenos diseñadores como los italianos?

Los diseñadores y modistas españoles no tienen nada que envidiar a los italianos. En España tenemos nombres muy acreditados en la moda y el diseño, que son capaces de presentar piezas verdaderamente asombrosas con un nivel de resolución técnica y estética magnífico. Nuestros propios diseñadores son muy buenos, y no sólo en lo estético, sino también en todo lo relacionado con la técnica de adaptación del reloj a las muñecas, tanto masculinas como femeninas, siguiendo las recomendaciones de la ergonomía.

EN LO QUE A CORREAS SE REFIERE, ESTAMOS PREPARANDO UNA EDICIÓN ESPECIAL FABRICADA CON EL CAPOTE DE TOREO DE JOSÉ TOMÁS



La originalidad también vende, ¿Preparan alguna novedad para la próxima temporada de otoño?

Ahora, en septiembre, vamos a sacar 60 ó 70 nuevos modelos de relojes verdaderamente impactantes, también en lo que a correas se refiere, pues estamos trabajando con capotes de toreros en ejercicio y preparamos una edición especial con el capote de José Tomás, que aunque llevan una confección muy complicada, pensamos que será un éxito. De este modelo dedicado a José Tomás haremos una edición limitada y numerada, de 100 a 200 unidades, una novedad de la que estamos seguros encantará a nuestros clientes.

Y también a los amantes de la tauromaquia.

Por supuesto, pero no sólo a ellos, porque los clientes de los relojes TOROWATCH se encuentran en cualquier lugar, sean famosos o no. Esperanza Aguirre, como persona muy conocida en el mundo de la política, llevaba uno de nuestros modelos cuando salió de la operación a la que fue sometida, y llegó a decir que el reloj le funcionó como un buen amuleto.

También nosotros necesitaríamos un buen amuleto para conjurar la crisis económica que padecemos. Esta crisis, ¿También está afectando a los artículos de gama media-alta, o propiamente de lujo?

La crisis existe para todos y el que diga lo contrario está loco. Porque esta crisis también está afectando a los productos, digamos, de lujo, como esos relojes que pueden costar tres o cuatro mil euros, pero si hablamos de nuestro producto, también podremos comprobar que se trata de relojes excepcionales que llegan a alcanzar una cifra en precio que ronda los 170 euros. Por lo tanto, aunque la crisis sea tan evidente y tan dura para muchísimas personas, también hay que tener en cuenta que nosotros estamos ofreciendo un producto de altísima calidad a un precio muy razonable, a un precio de crisis.

Luis Riquelme |



EMO Hannover 2011 presenta "Máquinas Herramientas y más"

Entre el 19 y el 24 de septiembre de 2011, la EMO Hannover será nuevamente el foro internacional para el sector del tratamiento de metales, en la que los fabricantes de ingeniería de producción "máquinas herramientas y más" presentarán sus soluciones para los desafíos actuales y futuros de la industria.

Según el Dr. Wilfried Schäfer, gerente de la Asociación Alemana de Fabricantes de Maquinaria – Herramienta (VDW), "la EMO Hannover se caracteriza por su alto nivel de internacionalidad, su amplia oferta, fuerza innovadora y la alta calidad, tanto de los visitantes como de los expositores". El señor Schäfer, quien hizo esta declaración en la rueda de prensa en la que se presentaba la feria alemana a los periodistas españoles, también transmitió su convencimiento de que la EMO 2011 representará un auge para toda la industria e impulsará las inversiones, demostrando que definitivamente se superó la severa crisis económica de los años 2009-2010.

De lo que no cabe duda es que la EMO 2011 constituirá un atractivo innegable para los visitantes profesionales de todo el mundo, en la que se podrá encontrar a todos los actores importantes del sector en un solo evento, pues esta feria presentará en toda su amplitud el desarrollo actual de la ingeniería de producción, desde las diferentes máquinas y sistemas de producción, hasta soluciones completas de problemas.

Oferta orientada a las necesidades del cliente

Así, en la exposición alemana se hará un enfoque dirigido a las máquinas herramienta con arranque de virutas y prensas, en sistemas de fabricación, herramientas de precisión, técnicas de medición, flujo de material automatizado, tecnologías CAx y técnicas de control y propulsión, así como accesorios. Es decir, se mostrarán las novedades y tendencias para el próximo año en temas como la optimización e integración de diferentes procesos de cincelado, torneado, perforación, fresado, afilado, engranaje o conformación, con soluciones inteligentes para mejorar la cadena de producción. Y todo ello bajo una estricta organización según grupos de máquinas, que facilitará la orientación al visitante, llevándolo hasta el punto preciso que le interesa.

La EMO se caracteriza, además, por la alta calidad de los visitantes y expositores. Como feria mundial líder para el tratamiento de los metales, atrae a toda la industria, es decir, a visitantes de todos los sectores compradores importantes, como por ejemplo: la industria automotriz, la aeronáutica y navegación espacial, la construcción de máquinas y plantas, la electrónica, mecánica fina y óptica, la industria metalmeccánica e ingeniería médica.

Asimismo, en su gran mayoría, los visitantes de EMO son los responsables de tomar las decisiones y se caracterizan por una alta disposición a efectuar inversiones. Se-

gún Schäfer, "la encuesta realizada al respecto nos indica que el 80% de los visitantes de EMO tienen facultades para tomar decisiones en relación a inversiones en su empresa".

Innovación y valores añadidos

Puede decirse por tanto que no hay otro certamen fuera de la EMO Hannover que ofrezca tanto valor agregado a sus visitantes. Es una feria conocida ampliamente debido a su excelente reputación, por ello atrae a expertos de la producción y la comercialización de todo el mundo. Una feria, además, en la que se expondrán máquinas que protejan los recursos naturales ocupando menos espacio, la minimización de los costes del ciclo de vida, el apoyo de la de la planificación de la producción mediante un software inteligente y muchos aspectos más.

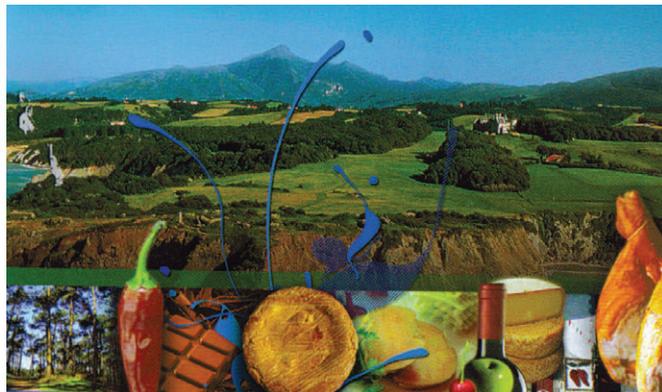
Y todo ello, junto a ofertas que priman tanto la proyección, como la optimización de procesos, la capacitación, etc. que generan un valor añadido al producto máquina. De ahí proviene el lema adoptado por la EMO Hannover 2011: "Máquinas Herramienta y más". No cabe duda de que nos encontramos ante un evento de altísima calidad que, junto a la magnífica oferta de los expositores, también contará con un amplio programa de actividades paralelas.

Luís Riquelme |





Salón del Club de Gourmets

El lunes 11 de Abril se inauguró oficialmente el Salón Internacional del Club de Gourmets, con asistencia de Rosa Aguilar, ministra de Medio Ambiente y Medio Rural. El martes 12 hizo una visita protocolaria Esperanza Aguirre, Presidenta de la Comunidad de Madrid. En ambas fueron acompañadas por José María Álvarez del Manzano, Presidente de Honor, Fermín Lucas, director general de IFEMA, Luis Eduardo Cortés, Presidente del Comité Ejecutivo, Paco López Canis, director general del Club de Gourmets y un enorme séquito de figurantes, embajadores, presidentes de comunidades,... Hemos saludado a muchos de ellos, entre los cuales Esperanza Aguirre, Fermín Lucas, José María Álvarez

del Manzano y el embajador de Francia Bruno Delaye. Ha habido una numerosa presencia de Agentes Comerciales que se han interesado por los productos franceses.

El Salón ha permanecido hasta el día 14 con gran asistencia de público profesional y algunos aficionados a los buenos productos gastronómicos.

Francia ha sido país invitado, con una representación grande de producto característico, con una enorme calidad, tanto en la presentación como en el producto en sí.

Así hemos podido degustar excelentes ostras de Arcachon, salmón salvaje ahumado ar-

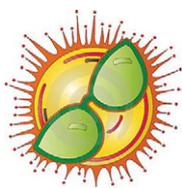
tesanalmente, un foie gras de pato, elaborado "mi cuit" en el momento de sacrificar al pato, con toda su grasa y por supuesto con todo su sabor íntegro, un queso extraordinario con Denominación de Origen "Ossau Iraty", equivalente a nuestro Roncal, queso afinado, curado, limpio, sabroso, perfecto. También unos aguardientes de Pera Williams y de Frambuesa, secos, limpios, digestivos y unas mermeladas de elaboración artesana tradicional con materias primas de alta calidad, terminando por pasteles vascos especiales.

El Salón ha resultado un éxito de público y de exhibición de producto.

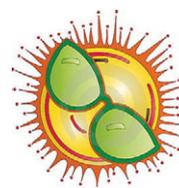
Miguel Muñagorri Lagúa |



CAMPAMENTOS DE VERANO



Precios especiales para Agentes Comerciales del COACCM



El Colegio Oficial de Agentes Comerciales, a través de su Comisión de Relaciones Públicas, está organizando una serie de actividades dirigidas a todos nosotros, y en esta ocasión concreta nos ponemos en contacto contigo para proponerte un Campamento de Verano para tus hijos y familiares.

Como recordaréis, os enviamos un e-mail incluyendo el folleto informativo de la empresa (NATUAVENTURA Verano 2011) que hemos seleccionado con los distintos campamentos que ofrecen, así como las actividades que organizan en los mismos por si fuera de tu interés. De cara a próximos años, y en función de la aceptación que tenga esta actividad, veremos la posibilidad de ampliar plazos, lugares, etc. y, por qué no, contratar un campamento exclusivo para familiares de Agentes Comerciales.

No olvides al hacer tu reserva comunicar que perteneces al Colegio, así como facilitar tu número de colegiado para beneficiarte del descuento que tenemos como colectivo.



MANUEL TERUEL

NUEVO PRESIDENTE DEL CONSEJO SUPERIOR DE CÁMARAS DE COMERCIO

El pasado 3 de mayo, en sesión celebrada por el Pleno del Consejo Superior de Cámaras de Comercio, Manuel Teruel fue elegido por más del 95% de los votos de dicho Pleno como nuevo presidente de la entidad cameral, en sustitución de Javier Gómez Navarro. Durante el mismo acto, Manuel Teruel anunció que promoverá una ley de Cámaras de Comercio de amplio consenso.

En su discurso de toma de posesión, el nuevo responsable del Consejo Superior de Cámaras afirmó que “de la crisis saldremos adaptándonos a la nueva situación”. Asimismo, Manuel Teruel se mostró convencido de que asumía la presidencia de la institución en un momento crítico, pero que iba a trabajar en la “búsqueda de soluciones con y para todos”.

Durante su intervención, Teruel también anunció que cuanto antes iba a promover una nueva Ley de Cámaras de Comercio. “Una ley - dijo - de amplio consenso para que perdure en el tiempo, consensuada con la CEOE, con los partidos políticos y con las Comunidades Autónomas, con el firme objetivo de que sea lo más homogénea posible en todo el territorio nacional”. A corto plazo, el nuevo presidente también pidió al Ministro de Industria, Turismo y Comercio, Miguel Sebastián, presente en el acto tras las elecciones, la consecución de un año más de período transitorio en el cobro de la cuota a las empresas que facturan más de 10 millones de euros.

Asimismo, Teruel afirmó que era necesario un tiempo mínimo para abordar los cambios con las garantías necesarias. Y al respecto declaró que “las empresas nos

necesitan más que nunca, por lo que es necesario rediseñar la eficiencia y el coste de los servicios así como su financiación”.

Sobre el tejido productivo español, el nuevo presidente del Consejo Superior de Cámaras se refirió al emprendedor como “el tesoro más difícil de encontrar que tienen las empresas. Es aquí - añadió - donde las Cámaras de Comercio resultamos imprescindibles por nuestra proximidad y conocimiento de la realidad empresarial, con servicios que permitan ayudar al emprendedor para mejorar su competitividad interna, apoyarle en su internacionalización, aumentar su conocimiento de la gestión empresarial y trasladar a las Administraciones las carencias que, debido al contacto que tienen las Cámaras con las empresas, detectemos”.

Trabajo en equipo

Más adelante, y sobre el propio Consejo Superior de Cámaras, Manuel Teruel declaró que constituye un instrumento al servicio de las Cámaras y su orientación debe girar sobre los temas de interés general. Sobre este punto, Teruel manifestó que su legislatura quiere caracterizarse por el trabajo en equipo, tomando las decisio-

nes de la manera más colegiada posible. “Debemos tener conciencia - afirmó - de que nos jugamos mucho en el corto plazo, así que lo más importante es ponernos a trabajar sin dilación”.

Durante el transcurso de esta toma de posesión, Miguel Sebastián, Ministro de Industria, Turismo y Comercio, presente en dicho acto, afirmó en su discurso que desde el Gobierno se haría todo lo posible para colaborar con las Cámaras en su “nueva definición” de servicios a las empresas. Asimismo, anunció que existen también nuevas oportunidades de colaboración con el ICEX, como la formación, con programas conjuntos de técnicos de comercio exterior, y la internacionalización.

Por su parte, Manuel Teruel Izquierdo, natural de Santa Eulalia (Teruel) y de 55 años de edad, presidirá el Consejo Superior de Cámaras de Comercio hasta la convocatoria de nuevas elecciones, en julio de 2014. El nuevo presidente de la institución cameral es licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Zaragoza, y ocupa la presidencia de la Cámara de Comercio de la capital aragonesa desde el año 2002. Asimismo, es presidente de la Feria de Zaragoza, de la Fundación Basilio Paraíso y la Fundación Empresa-Universidad de Zaragoza. Actualmente es presidente ejecutivo de la empresa especializada en proyectos industriales, Taim wesor.

Fabián Mendizábal |



RELEVO EN LA PRESIDENCIA

Como sabéis, nuestro Club del Veterano se constituyó, hace ya más de una década, como una iniciativa motivada por el interés de nuestros compañeros jubilados por ofrecer a nuestro censo de mayores una variada gama de actividades en las que pudieran participar aportando sus energías y ganas de hacer cosas entre colegas de profesión.

Durante todo este tiempo, nuestros mayores han venido secundando las propuestas ofrecidas por nuestro Club y han disfrutado enormemente con su programa de realizaciones. Entre ellas destacan por su interés las visitas guiadas a los museos más emblemáticos de nuestra capital, que coincidieron con magníficas exposiciones llevadas a cabo por sus patronatos, como las del Museo del Prado y del Museo Thyssen Bornemisza, así como los conciertos a los que tuvieron la oportunidad de asistir en el Real Conservatorio Superior de Música de Madrid.

También fueron memorables las visitas guiadas a la Catedral de la Almudena, auténtico símbolo de la religiosidad madrileña, así como al Palacio Real, que en sí mismo constituye un supermuseo, con una espléndida decoración y notabilísimos salones como el de Gasparini, la Botica o el pequeño Museo de Tapices. Otro de los espectáculos del que gozaron nuestros compañeros fue el relevo de la Guardia Real, con sus marciales evoluciones que dejó impresionada a la concurrencia.

La visita al estadio Santiago Bernabeu, no por menos solemne, dejó de interesar a nuestros mayores, que tuvieron la ocasión de curiosear por todas las dependencias del gran coliseo madrileño, incluida la sala de trofeos, verdadero "sancta sanctorum" de la gloriosa historia deportiva del Real Madrid.

En el capítulo de viajes merece mención aparte el realizado a la Expo de Zaragoza, que comenzó a bordo de un

majestuoso AVE que trasladó a cuarenta de nuestros compañeros a la capital de Aragón. Una vez allí, tuvieron la ocasión de disfrutar de la magnífica muestra centrada en la realidad del agua, y de los extraordinarios pabellones que constituyeron el gran evento de la Exposición. Otro de los viajes, más modesto pero muy divertido, fue el realizado en el "bús" Madrid-Visión por una ruta combinada por los entornos antiguo y moderno de nuestra capital.

Pues bien, de estas actividades y otras, todas ellas dirigidas estupendamente por nuestro compañero y presidente del Club del Veterano, Enrique Sánchez Bernal, al que agradecemos enormemente su dedicación, pudieron participar todos los que pertenecen al Club, cuyos miembros cuentan con la ventaja de la asistencia garantizada al tradicional "cocado madrileño".

Ahora, y como consecuencia de la petición formulada por motivos personales de nuestro compañero Enrique, se produce el primer relevo en la presidencia del Club, por lo que, en adelante, figurará como nuevo presidente, Francisco Gómez de la Calle, un colega curtido en la gestión de ventas en los gremios del textil y la cerámica. Su perfil biográfico aparece en la página siguiente de nuestra publicación. Francisco nos dice que viene con entusiasmo y ganas de proponer cosas interesantes a nuestros mayores. Le deseamos el mayor de los éxitos.

L u í s R i q u e l m e





COLUMNA DEL VETERANO

CON

FRANCISCO GÓMEZ DE LA CALLE

FRANCISCO GÓMEZ DE LA CALLE (Alaquás, 1938) ha ejercido nuestra profesión durante más de cuatro décadas. Muy unido a su tierra valenciana, ha representado a empresas que la tradición vincula a la luminosa región levantina, como las dedicadas a los sectores del textil y la cerámica. Nuestro compañero, nada más concluir el bachillerato en el instituto Luís Vives, de Valencia, tuvo claro que lo suyo no eran los libros y que prefería la calle para abrirse paso en la vida. Así, en compañía del que luego llegó a ser su suegro, comenzó a realizar sus primeros pinitos como vendedor para la firma del prestigioso grupo INTERDECO y MITEX, S. A, dedicado a la lencería de hogar. Y tras más de una década de vida laboral consagrada a la venta de artículos textiles, fue fichado por PAMESA, renombrada industria fabricante de pavimentos y revestimientos para la construcción. Así fue como entró en contacto con el mundo de la cerámica, un sector que le permitió labrarse una progresiva y brillante carrera profesional representando a firmas punteras en el ramo, como ASLAND (Cerámica) o GRES DE NULES y KERABEN. Hoy, nuestro compañero, ya felizmente jubilado, piensa aportar su granito de arena en el relevo al frente de la presidencia del CLUB DEL VETERANO del Colegio. Una desinteresada tarea a la que pretende contribuir con su capacidad de gestión y entusiasmo en favor de nuestros mayores. Le deseamos el mayor de los éxitos en el empeño.



Su comienzo en la venta fue muy temprano, pues nada más terminar el bachillerato ya le vemos con los muestrarios en la calle.

Bueno, así fue, pero previamente ya había hecho la “mili” como voluntario. De lo que no cabe duda es de la prisa que yo tenía por lanzarme a hacer algo que me gustara. Por lo tanto, de la mano del que posteriormente sería mi suegro, fue como me estrené en el mundo de las representaciones. Con él entré a formar parte del equipo de ventas del grupo formado por INTERDECO y MITEX, S. A, una firma dedicada a la fabricación de lencería para el hogar, es decir, cortinas, colchas, sábanas, tapicerías, etc.

¿Qué tal le fue en esas primeras experiencias como vendedor?

Recuerdo que iba acompañando a mi futuro suegro, que era el típico agente comercial de siempre, vendiendo los dos juntos en tiendas y almacenes, hasta que pude salir solo y encargarme de las zonas de Valencia, Castellón y Alicante. Por aquel entonces se vendía bastante bien, teniendo en cuenta las características de la época, pues la gente compraba lo que consideraba imprescindible para la casa y nuestros artículos entraban en sus previsiones, es decir, también se podían adquirir cortinas baratas, colchas sencillas, sábanas y demás, pero todo ello sin que afectara a la calidad de los tejidos, que

eran naturales, no como algunos de los de ahora, en los que apenas aparecen estos materiales.

Y los trayectos, ¿Cómo los hacía?

Teniendo en cuenta el volumen y el peso de mi muestrario, que bien podía alcanzar los 50 kilos, no tuve más remedio que comprarme un “seiscientos” para realizar mis primeros trayectos. Además, enseguida me encargaron viajar por toda la península e islas de nuestro país. De manera que el coche me resultaba imprescindible, incluso para trasladarme a las Baleares, que lo hacía transportando el vehículo por medio de una grúa que lo posaba en la cubierta del barco. ¡Qué tiempos aquellos! A las Islas Canarias iba

en avión, pues la empresa mantenía una delegación en la zona que me apoyaba en mis visitas.

EN CUESTIÓN DE VIAJES HE ACUMULADO MÁS KILÓMETROS QUE IBERIA

Bien puede decirse de usted que ha sido un auténtico “viajante”.

Y que lo diga. Primero con el “seiscientos”, y más adelante conduciendo otras marcas como Renault, Peugeot y la Mercedes, sobre todo el modelo 300D, o el 190, que fueron estupendos en cuanto a carrocería y mecánica. Ahora, los coches que utilizamos, con tanto circuito electrónico y tecnología de vanguardia, nos pueden dejar tirados en cualquier momento y sin que podamos hacer nada por remediarlo. En fin, paradojas aparte, a mí siempre me han gustado las tres “uves”: la venta, el viaje y la velocidad. Por ejemplo, he llegado a realizar el trayecto Madrid- Lisboa - Madrid, en un solo día, repitiéndolo en

zudo, los muebles y su magnífica huerta, entre otras.

Este vínculo con la cerámica, ¿Fue el definitivo en su carrera profesional?

Puede decirse que sí, pues casi toda mi trayectoria profesional ha estado relacionada con la cerámica, incluso he llegado a vender en el ramo de los sanitarios, para la firma SANGRÁ, de Barcelona. También fui solicitado y actué



En todo caso, a muy corto plazo, usted va a ocupar la presidencia de nuestro CLUB DEL VETERANO, ¿Qué iniciativas piensa aportar a nuestro simpático club?

En primer lugar quisiera agradecer la deferencia que ha tenido el



como delegado de la empresa ASLAND (Cerámica) para un territorio de 16 provincias, las dos Castillas y Extremadura, con oficina en Madrid. Y este progreso en mi carrera profesional lo concluí en la firma GRES DE NULES y KERABEN, para la que acepté una proposición de trabajo de seis meses, que llegó a prolongarse más de 25 años.

Colegio al aceptar el ofrecimiento para presidir nuestro Club. Un ofrecimiento en el que también participó mi esposa Berta Vázquez Cotarelo y también contó con el apoyo de nuestro presidente, Francisco Javier Cordero, y del resto de los miembros de la Junta. En todo caso, lo que quisiera transmitir al respecto es mi disponibilidad y entusiasmo para llevar a cabo esta tarea de animar a nuestros compañeros para que disfruten de ratos agradables y entretenidos en esta



Años, por otra parte, en los que la cerámica para la construcción vivió su “edad de oro”.

Sobre todo entre los últimos años 80 y el 2005, en los que se produjo el “boom” de la construcción y se vendía a mansalva. Fueron unos años extraordinarios. Sinceramente, llegamos a ganar mucho dinero. Ahora, por desgracia, las cosas son muy diferentes.



varias ocasiones. Puede decirse que en cuestión de viajes he acumulado más kilómetros que IBERIA.

¿Cuándo dio el salto a la cerámica?

Tras una docena de años, más o menos, volcado en el sector textil, fui reclamado por la firma PAMESA, una empresa muy conocida y dedicada a la fabricación de pavimentos y revestimientos para la construcción, que me ofreció el cargo de delegado para las provincias de Valencia, Castellón y Baleares. Esta empresa, además, fue la primera que fabricó en España el “gres” industrial para la construcción. Con ella entré en el apasionante mundo de la cerámica, haciendo cierta la afirmación de que los valencianos llevamos el barro en la sangre, sin que ello desmerezca la importancia de otras especialidades de esta tierra, como son los curtidos, el cal-

Con una crisis brutal que ha afectado especialmente al sector.

Crisis ha habido siempre y de ellas hemos salido con mayor o menor fortuna, pero una crisis como la que estamos padeciendo ahora yo no la he vivido nunca. Además, esta crisis se está cebando con verdadera saña en el sector de la construcción, por razones ya archiconocidas, pero los demás sectores tampoco le van a la zaga. El tema está resultando muy duro y no veo el momento en el que se le pueda poner el cascabel al gato. Me temo que la solución vaya para largo.

nueva etapa de la vida como jubilados. Además, hacerlo entre colegas y amigos siempre supone un plus y una garantía para que todo pueda salir bien. En cuanto a iniciativas, pienso seguir en la línea de mi antecesor, Enrique Sánchez Bernal, que lo hizo estupendamente. Como novedad, quizá podamos ofrecer la organización de un “rally” familiar, que pienso puede ser muy divertido.

Fabián Mendizábal



Durante los días 11 y 12 de junio, tal y como se había anunciado en nuestra página Web, se celebró en las ya familiares instalaciones del Olivar de la Hinojosa el primer Campeonato de Padel organizado por el Colegio.

Así, en horario de tarde y bajo un calor agobiante como el que padeció Madrid en aquellos días, vimos cómo los participantes en el torneo se acercaban a las pistas provistos de las correspondientes acreditaciones, a los que se les entregó un polo, además de un bote de bolas, un juego de “greeps” y un regalo sorpresa.

Una vez comenzado el juego, rápidamente fueron despuntando entre las 13 parejas inscritas los jugadores que esgrimían un mayor potencial de juego, que, como es natural, fueron eliminando a sus bravos adversarios. Los partidos fueron extenuantes, pero también consolidaron a los jugadores que disputarían las semifinales y final del campeonato. La jornada concluyó a las 22 horas.

Al día siguiente, con un sol en su apogeo que fue mitigado con el necesario avituallamiento de agua y bebidas isotónicas, fue como se pudo aguantar el embate de los partidos que a su conclusión alumbró la siguiente lista de vencedores del torneo:



CAMPEONES
Luís y José Antonio
SUBCAMPEONES
Javier y Gonzalo

Tras la entrega de los correspondientes trofeos, se celebró un estupendo cóctel a base de canapés y bebidas, que contó como colofón con el sorteo de un raquetero, gentileza de Víctor Martín, que obtuvo como agraciada, Pilar González.

El resto de los concursantes también tuvieron su compensación mediante un pequeño recuerdo del campeonato, deferencia de Metal y Luz. Además, debemos agradecer por su magnífica colaboración en el desarrollo del torneo, al Olivar de la Hinojosa, por toda la infraestructura que puso a nuestra disposición; a INCOSA, por el regalo de los polos a los concursantes; a Víctor Martín, que gestionó el material deportivo; a Fidel Iniesta, que proporcionó los regalos sorpresa; a Blanca Hernán, gerente de METAL y LUZ, por los regalos de bisutería para las señoras, y en general a todos los participantes en el campeonato, que supieron disculpar algún fallo durante su transcurso, y sólo transmitieron felicitaciones.

Miguel Carrasco

En Nuestra Sede GRATUITO PARA LOS COLEGIADOS

- Los Colegiados podrán disfrutar de un punto de Internet en nuestra Sede Colegial.



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 M XIMA	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 máxima de 3.

Disponemos de salón de actos

Características y capacidad de las aulas:

AULAS CON ORDENADOR		
AULAS	CAPACIDAD M XIMA	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 maxima de 3.

Disponemos de salón de actos

Condiciones de Seguridad e Higiene del Centro de Servicios:

Pizarras para presentaciones • Ordenadores, 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
Telf: 917514788 Fax: 917514754

e-mail: 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 SALÓN 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

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.

HERTZ Alquiler de automóviles

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

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

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
 DESPACHO EN BRUSELAS (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.org / www.coaccm.tv

ACTUALIZA TUS DATOS PARA QUE TE LLEGUEN OFERTAS E INFORMACIÓN DE INTERÉS



Nombre y Apellidos:		Domicilio:		Población:	
				C.P.	
Teléfono Fijo:	Teléfono Móvi:	Fax:	Correo Electrónico	Firma	

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.

Este cupón puedes enviarlo por correo ordinario, o por e-mail a la siguiente dirección: coaccm@coaccm.org

TU PÁGINA WEB MÁS Y MEJORES SERVICIOS EN TU WEB

Gracias a nuestro sitio Web, los agentes comerciales disponen ahora de una herramienta que les apoya y ayuda en su labor como agentes colegiados.

Un sitio de referencia para buscar información relacionada con la ocupación de su negocio, contactar con otros agentes, acceder a ofertas específicas, informarse de las últimas noticias, consultar du-

das, disfrutar de servicios exclusivos.... en fin un punto de encuentro donde poder tener un fácil acceso a datos que de otra forma llevarían un gran número de gestiones, llamadas y inversión de tiempo.

Por eso queremos recordar a los agentes comerciales que en la página Web del colegio pueden tener acceso entre otros a los siguientes servicios:

- **Noticias**
- **Ofertas**
- **Descuentos en viajes y hoteles concertados**
- **Información sobre el colegio, objetivos y proyectos**
- **Información sobre empresas colaboradoras**
- **Información jurídica.**
- **Acceso online a la revista Mercurio**
- **Bolsa de trabajo**
- **Información sobre ferias**
- **Y.....más**

Los datos estadísticos muestran que nuestro sitio Web ha sido visitado desde distintos países de Europa y América, con más asiduidad que en años anteriores. Nuestro esfuerzo constante por mejorar la difusión de nuestra Web y su contenido, nos ha llevado a facilitar el acceso a la información en varios idiomas añadiendo en el portal enlaces para su traducción al inglés y al francés.

No dejes de visitarnos y aprovéchate de los servicios que os ofrecemos.

Gracias a todos.
Caroline Tak

CALENDARIO DE FERIAS 2011

www.ifema.es



SEPTIEMBRE

01-03	SIMM ufi Salón Internacional de Moda de Madrid	15-17	EUROBIJOUX COLLECTION Feria Internacional de Fabricantes de Bisutería, Componentes y Artículos de Regalo
06-07	EXPO RECLAM XMAS Feria Internacional del Regalo Promocional y Publicitario	16-20	CIBELES MADRID FASHION WEEK
11-13	MODACALZADO + IBERPIEL ufi Feria Internacional de Calzado y Artículos de Piel	27-30	TRAFIC ufi Salón Internacional de la Seguridad Vial y el Equipamiento para Carreteras
14-18	GIFTRENDS MADRID BISUTEX ufi Salón Internacional de la Bisutería y Complementos IBERJOYA ufi Salón Internacional de la Joyería, Platería, Relojería e Industrias Afines INTERGIFT ufi Salón Internacional del Regalo	28-29	TOTAL MEDIA Salón Europeo de Digital Signage, New Media, Marketing Dinámico, Móvil y de Proximidad
		29-02 Oct	GAMEFEST Feria de Videojuegos

OCTUBRE

04-05	EXPOCECOFERSA Encuentro Comercial de Ferretería	20-23	ESTAMPA Salón Internacional de Arte Múltiple Contemporáneo
04-06	SIMO NETWORK ufi Feria Internacional de Servicios y Soluciones TIC para Empresas	21-23	LAS MIL Y UNA BODAS
05-06	MetalMadrid Feria Industrial de la Comunidad de Madrid	25-28	BROADCAST
05-07	LIBER ufi Feria Internacional del Libro	25-28	OFITEC ufi Salón Profesional Internacional de Equipamiento de Oficinas y Colectividades
06-08	VISCOM SIGN ESPAÑA Exposición Internacional para la Industria de la Comunicación Visual	26-27	ECOMMRETAIL Salón Profesional de Negocios Online, Comercio Electrónico, Marketing Digital y Cloud Computing
13-16	SALÓN DIETA MEDITERRÁNEA Y SALUD Alimentación Sana, Vida Activa y Salud	26-27	EMPACK El Salón Profesional del Envase, Etiquetado, Embalaje y Acondicionamiento
14-16	SALÓN LOOK INTERNACIONAL ufi La Feria de la Imagen y la Estética Integral	26-27	LOGISTICS MADRID El Salón Profesional del Almacenaje, Manutención y Logística
19-21	FRUIT ATTRACTION ufi Feria Internacional del Sector de Frutas y Hortalizas		

FERIA ORGANIZADA POR IFEMA
 Certamen Internacional certificado por UFI
(Asociación Mundial de la Industria Ferial).

Este calendario está sujeto a posibles modificaciones
Confirmar fechas en LINEA IFEMA o en www.ifema.es
Calendario actualizado a fecha 25.03.2011

LINEA IFEMA
 LLAMADAS DESDE ESPAÑA
INFOIFEMA 902 22 15 15
 IFEMA Feria de Madrid
28042 Madrid
 lineaifema@ifema.es