# memòria 2015

m15

Cambra de Comerç de Lleida

# 0 índex


**1 introducció** 3
**2 la cambra** 5
**3 relacions institucionals** 11
- Dates de reunions 11
- Participació en actes i reunions 12
- Esmorzars Cambra 28
- Nits Cambra 29
- Articles publicats en premsa 31

**4 àrea d'internacionalització** 45
- Introducció 45
- Promoció exterior 46
- Informació i assessorament 49
- Iniciació a la internacionalització 52
- Altres serveis per a l'exportador 52
- Jornades informatives comerç internacional 53
- 11a Edició del Curs de la Borsa d'Especialistes en Comerç Internacional 57

**5 àrea de formació** 59
- Introducció 59
- Accions formatives per àrees 60
- Workshops 63
- Sessions informatives 64
- Formació in company i/o a mida 66
- Programes directius 67
- Servei d'Ocupació de Catalunya (SOC) 69
- Servei de gestió de les bonificacions de la formació 71
- Cursos portal virtual i/o a distància 71
- Resum accions formatives 2015 71

**6 àrea de competitivitat** 73
- Servei de creació d'empreses 73
- Àrea TIC (tecnologies de la informació i de la comunicació) 79
- Agenda nacional 81
- Pla de màrqueting 81
- Servei d'eficiència energètica 81

**7 àrea d'innovació** 83
- Serveis 83
- Projecte John Fil 84

**8 dinamització territorial** 85
- Projecte PICE 85
- Projecte Emprenedoria Corporativa 89
- Projecte EEN 89
- Clústers 90
- Cooperació transfronterera: Cambres de Comerç dels Pirineus Mediterrani 92
- Comerç interior 93

**9 tràmits** 95
- Certificats d'Origen 95
- Quaderns ATA 96

**10 informació empresarial** 97
- Informe Ritme Econòmic 97

**11 altres serveis** 101
- Relacions comercials 2015 101
- Relació de sales cedides 2015 101

# 1 introducció

Joan H. Simó i Burgués
President de la Cambra de Comerç, Indústria i Serveis de Lleida

## BENVINGUDA DEL PRESIDENT

Des de la vessant empresarial recordarem l'any 2015 com el de la consolidació del creixement econòmic que arriba després d'un llarg període de recessió. Una millora que es va començar a detectar ja al 2013. El creixement anual de la nostra economia ha tancat l'any en un 3,2% del Producte Interior Brut (PIB). Aquest increment ha estat el més elevat dels països de la Unió Europea i ha estat provocat, en general, per un augment de la demanda interna, i a les nostres comarques en particular, pel creixement, també, de les exportacions. El creixent consum de les famílies, afavorit per una millora de l'ocupació, la disminució del preu del petroli i de les càrregues tributàries a la meitat de l'any, han ajudat a empènyer l'índex a l'alça. Ara bé, no tot són flors i violes, encara hi ha coses que no acaben de rodar com cal en l'engranatge macroeconòmic. Entre els aspectes negatius, cal destacar que el 2015, ha estat marcat per un incompliment de l'objectiu de dèficit públic que havia de ser del -4,2% però que hem tancat en un -4,8%.

La Balança Comercial de Lleida del 2015 ha tornat a recuperar la seva tendència ascendent després del fre de 2014, i ha arribat al seu màxim històric de 2.763,97 milions d'euros en intercanvis comercials, amb un augment de 251,08 milions d'euros si es compara al 2014. Les exportacions han arribat als 1.850 milions fet que suposa un increment del 8,76% respecte el 2014, bastant per sobre de la mitjana catalana que va ser del 5,74% i de l'espanyola situada al 3,63%. Les importacions també han augmentat, concretament un 12,58% amb un import total de 914,41 milions d'euros. Cal destacar també que el nombre d'empreses exportadores regulars ha crescut en passar de 741 a 778 les firmes que exporten de manera regular durant els darrers quatre anys. Aquesta dada posa de manifest que el teixit empresarial lleidatà ja comença a incorporar en el seu ADN, la cultura de la internacionalització.

D'acord amb els indicadors del Clima Empresarial que elabora la Cambra de Comerç, Indústria i Serveis de

Lleida el 2015 ha estat positiu per al funcionament del negoci a tots els sectors excepte al comerç. La indústria de fabricació d'equips mecànics, elèctrics i electrònics i òptics junt amb el sector agroalimentari han estat les branques d'activitat amb un augment de negocis i unes expectatives més positives, destacant per sobre de la resta.

Pel que fa a la vessant institucional, l'any 2015 ha suposat també un canvi d'inflexió en els resultats econòmics de la nostra Institució, i després de diversos anys consecutius de desviacions negatives, provocades principalment per l'entrada en vigor de la nova legislació cameral, enguany hem aconseguit un resultat operatiu positiu que posa de manifest l'esforç ingent que hem estat capaços de fer per adaptar-se a les exigències del nou marc legislatiu de les Cambres de Comerç.

La nostra activitat ha estat molt focalitzada en la promoció internacional de les nostres pimes, acció en la que destaca l'organització del International Wines&Business Meeting on van participar importadors procedents del Japó. També hem realitzat una intensa activitat formativa amb més de 1630 hores de formació i hem donat suport al petit comerç amb l'elaboració de diagnosis per a petits establiments que sens dubte els ajudaran a millorar la seva competitivitat.

D'altra banda *El Programa Integral de Cualificación y Empleo* té com a objectiu la incorporació al món laboral de joves aturats d'entre 16 i 29 anys i compta amb el finançament del Fons Social Europeu (FSE). Durant aquest any en el que s'ha posat en marxa mitjançant la Cambra de Lleida ja s'hi han incorporat més de 140 joves que han realitzat les diferents etapes de que consta el programa formatiu.

També, hem consolidat i millorat el Club Cambra Lleida que ofereix un ampli ventall d'avantatges a tots els perfils d'empreses lleidatanes: descomptes en la formació que organitzem, participació en les accions de networking, utilització dels nostres espais, participació en events com els Dinars Cambra o les Nits Cambra i d'altres prou interessants per a qualsevol tipus d'empresa que vulgui millorar la seva competitivitat i/o productivitat.

Enguany, hem treballat de valent perquè l'activitat de la Cambra ajudi a generar noves oportunitats de negoci a les empreses i autònoms de Lleida. En aquest sentit, hem dissenyat i executat tot un seguit d'esdeveniments de networking: Dinars Cambra, Nits Cambra a la Llotja, Esmorzars Cambra, totes elles, accions molt exitoses i participades.

No voldria acabar sense agrair el suport rebut a totes les empreses que han cregut en nosaltres, tant a aquelles que amb el seu patrocini han fet viables molts projectes duts a terme aquest any que tanquem com a les que ens han fet costat amb la seva assistència.

Aquesta memòria ha estat fruit de l'esforç i de la dedicació de totes aquelles persones que formen part d'aquesta institució: els membres del Ple, els del Comitè Executiu i evidentment de tot el personal que forma part de l'equip de la Cambra de Lleida. A tots, el meu sincer agraïment i suport.

# 2
# la cambra

## QUÈ ÉS LA CAMBRA

La Cambra Oficial de Comerç, Indústria i Serveis de Lleida és una Corporació de Dret Públic que té com a missió principal:

- La defensa dels interessos generals de les activitats industrials i de serveis, en la seva jurisdicció.
- Impulsar el desenvolupament de l'economia de Lleida i les seves comarques.
- Actuar com a òrgan de consulta de l'Administració Autonòmica, Central i Local en el camp econòmic.
- Assessorar individualment i col·lectiva els seus membres.

## QUI INTEGRA LA CAMBRA

Totes les persones, naturals o jurídiques, que exerceixen la seva activitat mercantil, industrial o de serveis en la demarcació de la Cambra, que abasta tot el territori de les comarques de Lleida a excepció dels municipis que depenen territorialment de la Cambra de Comerç i Indústria de Tàrrega.

Aquests electors tenen dret a participar a ser elegits i a elegir directament l'òrgan màxim de govern de la Corporació, que és el Ple.

# QUINES SÓN LES FUNCIONS DE LA CAMBRA

Com a Corporació defensora i impulsora dels interessos generals de l'economia de Lleida, té com a funcions:

- Intervenir com a àrbitre d'equitat en litigis.
- Crear i administrar entitats impulsores del desenvolupament econòmic.
- Potenciar l'exportació.
- Promoure la formació empresarial a tots els nivells.
- Participar en societats de desenvolupament.
- Estimular la investigació.
- Promoure la realització de fires i missions comercials.
- Desenvolupar totes les activitats que treballin en benefici del conjunt de l'economia de les comarques de Lleida.

# QUINS SÓN ELS SERVEIS DE LA CAMBRA

- Formació
- Internacionalització
- Informació d'Empreses
- Innovació i TIC
- Indústria
- Legislació
- Comerç
- Creació d'Empreses

# COMPOSICIÓ DE LA CAMBRA

## COMITÈ EXECUTIU

– President

Sr. Joan Horaci Simó i Burgués
*Marbres i Granits Lluis Simó SL*

– Vicepresident 1r

Sr. Josep Ma Rusiñol i Ribes
*Projectes Urbans del Segrià SL*

– Vicepresident 2n

Sr. Juan Antonio Serrano i Iglesias
*Hoteles Serrano SL*

– Vicepresident 3r

Sr. Estanislau Grau i Baró
*Femel*

– Tresorer

Sr. Josep Tarragona i Masana
*Transportes Tarragona SA*

– Vocals

Sr. Martin Gonzalo Cano i Cembrano
*Moda intima Vania SA*

Sra. Ma. Rosa Eritja i Casadella
*Eritja Casadella, Ma. Rosa*

Sra. Ma. Dolors Farreres i Arroyo
*Sabateries Farreres*

Sr. Josep M. Gardeñes i Solans
*Fusteria Viladegut SLU*

Sr. Antoni Postius i Robert
*Fecom*

Sr. Josep Ma. Pradas i Aznar
*Tractomotor 2005 SL*

Sr. Ignacio Fanlo Del Ruste
*Caixa d'Estalvis i Pensions de Barcelona*

## COMPOSICIÓ DEL PLE

| REPRESENTANT | EMPRESA |
|---|---|
| Sr. Francesc Argilés i Felip | Afrucat |
| Sra. Aurora Arnó i Santallusia | Benito Arnó e Hijos SA |
| Sr. Santiago Bernaus i Gaset | Picber SA |
| Sr. Agusti Bordalba i Benet | Jose Antonio Romero Polo SA |
| Sr. Martin Gonzalo Cano i Cembrano | Moda Intima Vania SA |
| Sra. Laureana Cervera i Bordalba | Laureana Cervera Bordalba |
| Sr. Pere Clapes i Esquerda | Clanser SA |
| Sra. M. Rosa Eritja i Casadella | M. Rosa Eritja i Casadella |
| Sr. Sebastià Espinet i Fernández | Sorigué SA |
| Sr. Rafael Pujol i Solanes | Supsa Supermercats Pujol SL |
| Sra. M. Dolors Farreres i Arroyo | Sabateries Farreres |
| Sr. Joan Fernández i Espigares | Celleret del Segre SL |
| Sr. Manuel Fernández i Vila | Manuel Fernandez Vila |
| Sr. Ramon Fornos i Llobera | Aquamar 2006 SL |
| Sr. Josep M Gardeñes i Solans | Fusteria Viladegut SLU |
| Sr. Jeronimo Godoy i Navarro | Cemesa |
| Sr. Estanislau Grau i Baro | Femel |
| Sr. Miquel Grues i Estadella | M y J Gruas SA |
| Sr. Pere Miquel Guiu i Vidal | Instal·lacions i Manteniments Guiu SL |
| Sr. Josep Lamolla i Franco | Lamolla SA |
| Sr. Josep M. Montañola i Vidal | Coell |
| Sr. Marcel Montoy i Alba | Horfasa Grupo Empresarial SL |
| Sr. Josep M. Pelegrí i Chavarria | Electricitat Ind. Pelegri SL |
| Sr. Josep M. Pena i Casanovas | Comer. Terrest. Maritima de Lleida |
| Sr. Rafael Peris i Martin | Pimec |
| Sr. Jordi Pifarré i Rovira | Jorfe Instal·lacions SL |
| Sr. Antoni Postius i Robert | Fecom |
| Sr. Josep M. Pradas i Aznar | Tractomotor 2005 SL |
| Sr. Ignacio Fanlo Del Ruste | Caixa d'Estalvis i Pensions de Barcelona |
| Sra. Montse Pujol i Torrent | Prefabricats Pujol |
| Sr. Macià Josep Querol i Viñes | Unipreus SL |
| Sr. Miquel Roma i Piró | Arids Roma SA, Unipersonal |
| Sr. Ramon Ros i Canosa | Ros 1 SA |
| Sr. Josep M. Rusiñol i Ribes | Projectes Urbans del Segrià SL |
| Sr. Miquel A. Sánchez Figols | Sagafi Hotel SL |
| Sr. Juan Antonio Serrano i Iglesias | Hoteles Serrano SL |
| Sr. Joan Horari Simó i Burgues | Marbres i Granits Lluis Simó SL |
| Sr. Josep Tarragona i Masana | Transportes Tarragona SA |
| Sr. Francesc Teixidó i Viñes | Aresté i Teixidó, SL |

## VOCALS CONSULTORS

Sr. Antoni Badia i Bernet
Empresari

Sr. Joan A. Balaguer i Florensa
Col·legi d'Agents Comercials

Sr. Albert Barata i Vendrell
Banc de Sabadell

Sra. Angela Brun i Plana
Empresària

Sr. Joan Casasayas i Abadal
Empresari

Sr. Marc Cerón i Castelló
Ilerda Serveis SA

Sr. Jaume Iglesias i Aldabó
IFR-Informàtica

Sr. Manel Llaràs i Vilaplana
Gremi Forners

Sr. Asensio Martínez i Blaya
Endesa

Sr. Xavier Josep Miraball i Català
Grupo BBVA

Sr. Juan Manuel Nadal i Reimat
Cercle Economia

Sr. Ignasi Peralta i Castelló
Assoc. Autoescoles

Sr. Joan Ripoll i Manuel
Asofruit

Sra. Sara Sampedro i Escuer
Funde

Sr. Eduard Soler i Farreres
Ferreteria Ramon Soler

Sra. Ann Charlotte
Inlingua SL

Sr. Miquel Àngel Soro i Serés
Gremi Pintors Mestres

## COMISSIONS DE LA LEGISLATURA

- Comerç Interior
- Turisme
- Indústria i Medi Ambient
- Comerç Internacional
- Ordenació del Territori
- Impostos i Legislació

# DELEGACIONS DE LA CAMBRA

La Cambra per apropar-se més als comerciants i als empresaris de les comarques lleidatanes, disposa d'onze Delegacions Locals a les següents localitats:

- **BALAGUER** (La Noguera)
  Delegat: Sr. Albert Coma i Novau

- **CERVERA** (La Segarra)
  Delegat: Sr. Pere Serra i Tomàs

- **LA POBLA DE SEGUR** (El Pallars Jussà)
  Delegat: Sr. Pere Cortina i Coloma

- **LA SEU D'URGELL** (L'Alt Urgell)
  Delegat: Sr. Jordi Grau i Cano

- **LES BORGES BLANQUES** (Les Garrigues)
  Delegat: Sr. Miquel Viladegut i Valls

- **MOLLERUSSA** (Pla d'Urgell)
  Delegat: Sr. Josep A. Gaya i Clotet

- **EL PONT DE SUERT** (L'Alta Ribagorça)
  Delegat: Sr. David Suils i Barral

- **SOLSONA** (El Solsonès)
  Delegat: Sr. Miquel Montaner i Jounou

- **TREMP** (El Pallars Jussà)
  Delegat: Sr. Josep Calmet i Olsina

- **VIELHA** (La Vall d'Aran)
  Delegat: Sr. Francesc X. Bordes i Claveria

- **SORT** (Pallars Sobirà)
  Delegada: Sra. Núria Cervós i Cortina

El servei tècnic de la Cambra, realitza durant l'any una sèrie de visites a diverses Delegacions per tal d'organitzar i participar en les activitats convenients a les diferents demarcacions.

La finalitat i la raó de ser del Servei de la Cambra "Delegacions", és la coordinació de les activitats que es duen a terme als territoris esmentats, així com fer d'enllaç entre les Delegacions i la Cambra de Comerç.

# 3 relacions institucionals

## DATES DE REUNIONS

REUNIONS DEL COMITÈ EXECUTIU DE LA CAMBRA

23 de març
29 de juny
5 d'octubre
14 de desembre

REUNIONS DEL PLE DE LA CAMBRA

26 de març
29 de juny
21 d'octubre
14 de desembre

REUNIONS DEL COMITÈ EXECUTIU I CONSELL DE PRESIDENTS DEL CONSELL GENERAL DE CAMBRES DE CATALUNYA

14 de gener
9 d'abril
1 de juliol
17 de setembre
18 de novembre

REUNIONS DEL PLE DEL CONSELL GENERAL DE CAMBRES DE CATALUNYA

21 de gener
11 de maig
23 de novembre

REUNIONS DEL COMITÈ EXECUTIU DE LA *CÁMARA DE COMERCIO DE ESPAÑA* (Madrid)

27 de gener
18 de febrer
28 d'abril
30 de juny
29 de setembre
24 de novembre

REUNIONS DELS PLENS DE LA *CÁMARA DE COMERCIO DE ESPAÑA* (Madrid)

18 de febrer
30 de juny
24 de novembre

# PARTICIPACIÓ EN ACTES I REUNIONS

El 9 de febrer, dins del marc de la IV INTERNATIONAL GOURMET & WINES BUSINESS MEETINGS, que organitza la Cambra amb Japó com a país convidat, se celebra el I Fòrum Agroalimentari Lleida-Àsia. Experts en el món asiàtic com els professors Sr. Pedro Nueno i Sr. Jaume Giné analitzen les potencialitats i el coneixement d'aquests mercats.

9 de febrer

9 de febrer

9 de febrer

9 de febrer

9 de febrer

9 de febrer

El 9 de febrer, presentació a Madrid de la Cámara de Comercio de España. Presideix l'acte Sa Majestat el Rei Felipe VI, acompanyat del President Sr. José Luis Bonet i de la resta de presidents de les Cambres de Comerç, Indústria i Serveis d'Espanya.

9 de febrer

9 de febrer

El 20 de febrer, el Conseller d'Interior, Hble. Sr. Ramon Espadaler visita la Cambra i manté una trobada amb el seu president, Sr. Joan H. Simó i amb membres del Ple i del Comitè Executiu de la Cambra. En el decurs de la reunió s'han posat de relleu les problemàtiques que afecten actualment els diferents sectors econòmics i empresarials de Lleida alhora que s'han reivindicat les infraestructures pendents que són necessàries per augmentar la competitivitat de les empreses lleidatanes.

20 de febrer

20 de febrer

El 23 de febrer, a l'Ajuntament de Les Borges Blanques, es reuneix la Plataforma *Prou Morts a la N-240* per fer un front comú amb la Conselleria de Territori de la Generalitat i exigir solucions definitives al Ministeri de Foment. Les mesures anunciades perjudiquen les empreses d'aquí i el sector del transport, ja que incrementaran més el cost del trasllat de mercaderies.

23 de febrer

El 3 de març, el President de la Cambra va participar en l'acte d'inauguració de l'itinerari turístic "PROYECTO RUTA DE LA MILI EN LOS ANTIGUOS CUARTELES DE LA MESETA DE GARDENY EN LLEIDA". Es tracta d'una acció promoguda per la Subdelegació de Defensa a Lleida en la qual es va voler dissenyar una ruta guiada amb tòtems que identificarien les antigues instal·lacions del "cuartel de Templarios" recentment transformat en Parc Científic i Agroalimentari de Lleida. En aquest sentit la Cambra va patrocinar el tòtem que identificava les antigues instal·lacions de les cavallerisses de l'antiga caserna militar.

3 de març

El 4 de març, a la seu del Parlament de Catalunya, l'Hble. Sr. Santi Vila, Conseller de Territori i Sostenibilitat de la Generalitat de Catalunya, es reuneix amb la Cambra de Comerç, la Diputació de Lleida i la plataforma *Prou morts a la N-240*, que esta constituïda per diferents alcaldes de les poblacions afectades. S'adopta el compromís d'exigir una trobada amb el Ministeri de Foment, per solucionar tota la problemàtica existent pel desviament del trànsit de camions entre Lleida i Montblanc.

4 de març

4 de març

4 de març

El 6 de març, el President i els tècnics de la Cambra, presenten el *Programa Integral de Cualificación y Empleo (PICE)*. Durant els propers 4 anys, la Cambra formarà a 600 joves per a que puguin rebre una qualificació professional que faciliti la seva incorporació al mercat de treball.

L'11 de març, a la Seu del Consell Comarcal del Pallars Sobirà, va tenir lloc l'acte de presentació de la nova delegada de la Cambra a Sort, Sra. Núria Cervós, Enginyera de Camins, Canals i Ports, davant el món empresarial de la comarca. La delegada, va presentar un programa per tal de donar suport i defensar els interessos de tots els sectors empresarials del Pallars Sobirà.

11 de març

11 de març

El 18 de març, a la Casa Llotja de Mar de Barcelona, el *Consejo Empresarial para la Competitividad*, va presentar l'informe *"España 2018"*, on es parla de la recuperació econòmica de l'Estat i de la necessitat d'una clara i profunda reforma estructural que millori l'eficiència, la competitivitat i que dinamitzi el mercat laboral. "Tenim l'obligació de reduir substancialment l'elevada taxa d'atur", es conclou.

18 de març

11 de març

El 20 de març, Conferència del Conseller d'Empresa i Ocupació, Hble. Sr. Felip Puig, en el marc del cicle de sessions informatives que organitza el Cercle d'Infraestructures i la Cambra i que compta amb l'assistència del Sr. Pere Macias i del Sr. Joan H. Simó.

20 de març

20 de març

El 17 d'abril, la Cambra va participar amb estand propi, en la Fira de la Formació Professional i Treball. En el decurs de l'acte d'inauguració el President de la Cambra i el Director dels Serveis Territorials d'Ensenyament van presentar els resultats de l'estudi d'inserció laboral dels ensenyaments professionals a Lleida que elabora el Consell General de Cambres de Catalunya. Aquest estudi també es va presentar al gener a la Casa Llotja de Mar incloent les dades de tot Catalunya.

17 d'abril

El 28 d'abril, a la seu de la Cambra d'Espanya a Madrid, es reuneix el Ple i el Comitè Executiu amb la *Ministra de Empleo*, Fátima Báñez. En aquest acte el Ple de la Cámara de España, representada pel seu president, va exposar a la ministra les seves inquietuds respecte la reforma laboral i la necessitat de generar un entorn favorable per a la contractació.

28 d'abril

28 d'abril

Del 17 al 19 de maig, va tenir lloc el XLIV Consell Directiu d'AICO a la ciutat de Panamà. Hi van participar empresaris de més de 23 països de la península ibèrica i d'Amèrica Llatina. En el marc dels actes del Centenari de la fundació de la Cambra de Comerç, Indústria i Agricultura de Panamà (CCIAP) inaugurat per Melitón Arrocha, Ministre de Comerç i Indústria, es van destacar les oportunitats que té Panamà i les inversions relacionades amb el canal.

17/19 de maig

17/19 de maig

17/19 de maig

17/19 de maig

Del 10 al 12 de juny, es celebrà el 9th World Chambers Congress a Torino sota la temàtica *"Community, Identity, Vision"* en la que hi van prendre part més de 1.600 delegats de Cambres de Comerç de 120 països. Durant l'acte es van debatre tant les noves estratègies de negoci com les tendències econòmiques mundials. Les noves tecnologies, els intercanvis d'idees i informació van fer d'aquest esdeveniment bianual una cita inexcusable del calendari cameral. La informació que s'hi gesta té un gran valor per als empresaris membres de la Cambra de Lleida.

10/12 de juny

10/12 de juny

El 18 de juny, a la Casa Llotja de Mar es presenta la Llei de Transparència i el seu impacte sobre el món empresarial. La imminent entrada en vigor d'aquesta Llei, l'accés a la informació pública i el bon govern comportarà canvis rellevants en la relació entre l'Administració i els ciutadans. La normativa afecta també a la relació entre empreses i administració, ja sigui com a proveïdors, concessionaris o receptors d'ajuts o subvencions. Va assistir a l'acte la Vicepresidenta del Govern de la Generalitat i Consellera de Governació i Relacions Institucionals, Hble. Sra. Joana Ortega.

18 de juny

L'1 de juliol, les Cambres de Lleida i de Terol, organitzen una trobada de productors i distribuïdors agroalimentaris creant un punt de trobada per donar a conèixer la producció d'ambdues províncies i per ajudar en l'enfortiment de relacions comercials i professionals. Van participar en aquest esdeveniment més de 40 empreses.

El 6 de juliol, una delegació d'empreses russes, concretament de la República de Crimea, es reuneixen amb representants del món empresarial lleidatà dels sectors de la maquinària agrícola, del turisme, de la construcció i de l'obra pública, del transport i de l'agroalimentació. L'objectiu és endegar potencials relacions comercials amb aquesta federació per tal d'estar preparats en el moment que es restableixin les relacions comercials en el sector agroalimentari, un cop finalitzat el veto que hi ha envers els nostres productes agroalimentaris.

6 de juliol

6 de juliol

1 de juliol

1 de juliol

1 de juliol

El 8 de juliol, el President de la Cambra, Sr. Joan H. Simó, i el Director General d'Indústria, Antoni Ma. Grau, presenten a la seu de la Cambra a Lleida els set plans d'actuació que impulsaran la indústria catalana. S'explica que l'objectiu és recuperar l'activitat industrial com a motor de generació d'ocupació, perquè assoleixi l'any 2020 el 25% del PIB.

8 de juliol

8 de juliol

El 10 de juliol, a la Casa Llotja de Mar, es presentà la *Memòria Econòmica de Catalunya*, amb la presència del president del Consell General de Cambres de Catalunya amb tots els col·laboradors de la seva edició i el Conseller d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya, Hble. Sr. Felip Puig.

10 de juliol

El 14 de juliol, al Palau de la Generalitat va tenir lloc un dinar de tots els presidents de Cambres amb el President de la Generalitat. A l'acte es varen posar de manifest totes aquelles inquietuds que la situació política del moment genera en el mon empresarial cameral.

14 de juliol

El 16 de juliol, el President de la Cambra, la directora de la *Memòria Econòmica de Catalunya* Sra. Carme Poveda, la professora de la Universitat de Lleida, Sra. Pilar Cos i el sotsdirector general del Banc de Santander, Sr. Luis Herrero, presenten a la seu de la Cambra, la *50 EDICIÓ DE LA MEMÒRIA ECONÒMICA DE CATALUNYA*, que es consolida com la publicació de referència més antiga de Catalunya. En aquesta edició Lleida torna a crear ocupació en tots el sectors econòmics per primera vegada des de l'inici de la crisi.

16 de juliol

16 de juliol

16 de juliol

El 24 de juliol, el Director General d'Infraestructures de Mobilitat Terrestre de la Generalitat de Catalunya, Sr. Xavier Flores, exposà la planificació, projecció i execució de la situació real de totes les vies del nostre territori. L'acompanyen el Sr. Pere Macias i el Sr. Joan H. Simó, presidents del Cercle d'Infraestructures i de la Cambra respectivament.

24 de juliol

El 24 de juliol, el Sr. Xavier Gibert, Secretari General d'Empresa i Ocupació, va visitar la Cambra amb l'objectiu de conèixer de primera mà, dels empresaris, la situació actual de la nostra demarcació i les inquietuds de la institució respecte la nova llei de Cambres que s'està elaborant. El Secretari General, es va entrevistar amb el President de la Cambra, el tresorer, i membres del Comitè Executiu.

24 de juliol

El 27 de juliol, el Director dels Serveis Territorials d'Ensenyament a Lleida Sr. Miquel À. Cullerés, el president de la Cambra, Sr. Joan H. Simó, i l'Alcalde de Lleida, Sr. Àngel Ros, presenten a la seu de la Cambra els convenis de col·laboració entre empreses i institucions per impartir cicles formatius de FP Dual. Aquests convenis són de Cicles Formatius de Graus Superiors i Mitjà. En total suposen sis especialitats vinculades a 37 empreses que s'impliquen en la realització d'aquesta formació professional dual.

27 de juliol

27 de juliol

24 de juliol

El 29 de juliol, El Director Territorial de CaixaBank a Catalunya, Sr. Jaume Masana, fa una extensa explicació sobre *ELS INTERROGANTS DE LA RECUPERACIÓ ECONÒMICA*. Els empresaris assistents, encapçalats pel president Sr. Joan H. Simó, generen un gran debat sobre la crisi econòmica i la gran preocupació que tenen les empreses per les seves conseqüències.

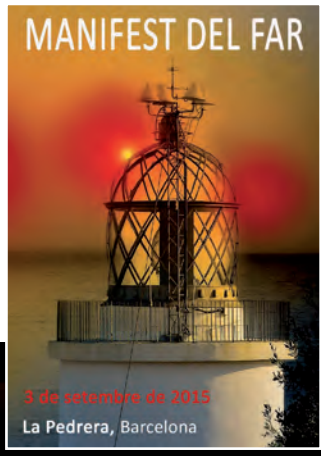
29 de juliol

29 de juliol

El 29 de juliol, a la seu d'ACCIÓ de Barcelona, es presentà el projecte dels Agents de Suport a la Internacionalització. La Cambra com a entitat acreditada participa a l'acte amb la presència de la consellera delegada d'ACCIÓ, Sra. Núria Betriu, el director del programa i el conseller d'Empresa i Ocupació de la Generalitat, Hble. Sr. Felip Puig.

29 de juliol

El 3 de setembre, MANIFEST DEL FAR a la Pedrera de Barcelona. Més de 200 persones en representació de les principals institucions empresarials catalanes varen posar de manifest a La Pedrera el seu "suport incondicional al procés endegat pel Parlament" demanant que es respectés la voluntat del poble de Catalunya. L'acte, va començar amb una taula rodona sobre "*Reptes i oportunitats de futur de l'economia catalana*" amb la participació dels economistes Srs. Joan B. Casas, Jordi Galí, Miquel Puig i Xavier Sala i Martín que varen coincidir en assenyalar que un estat independent per a Catalunya no només és viable econòmicament sinó que és una operació en què el país hi sortiria guanyant.



3 de setembre

El 5 de setembre, el President de la Cambra, Sr. Joan H. Simó, va inaugurar la 20ena edició de la Fira EXPOCLÀSSIC de Mollerussa, amb la presència de l'alcalde de la població i president de la Fira, Sr. Marc Solsona, juntament amb d'altres autoritats i membres del consistori. La mostra firal està dedicada als vehicles històrics i clàssics.

5 de setembre

5 de setembre

El 9 de setembre, el President de la Generalitat de Catalunya, Molt Hble. Sr. Artur Mas, es reuneix amb empresaris catalans a la Casa Llotja de Mar de Barcelona. El president fa una extensa exposició de la situació actual i del futur de Catalunya. Van assistir a l'acte el Sr. Joan H. Simó i els membres del Ple de la Cambra de Lleida.

9 de setembre

El 15 de setembre, a la seu de la Cambra l'exconseller d'Agricultura, Sr. Josep Ma Pelegrí i candidat al Parlament de Catalunya, va exposar les propostes d'Unió Democràtica per al món empresarial lleidatà.

15 de setembre

15 de setembre

El 21 de setembre, se signa el Conveni de col·laboració entre el Departament d'Ensenyament de la Generalitat de Catalunya, i la Cambra per desenvolupar el programa de Batxillerat Internacional a l'Institut Josep Lladonosa de Lleida.

21 de setembre

Del 21 al 23 de setembre, se celebra la XLII Assemblea General de l'Associació Iberoamericana de Cambres de Comerç (AICO) a Bogotà, Colòmbia. El president Sr. Joan H. Simó, va intervenir en representació de ASCAME, amb motiu del conveni que van signar les dues entitats l'any 2003, per donar un nou impuls a la regió i promoure l'expansió de les empreses mediterrànies. En aquesta trobada també hi va participar el president de la Cámara de España, Sr. José Luis Bonet, qui va anunciar nous plans per fomentar la internacionalització i la competitivitat.

21/23 de setembre

21/23 de setembre

21/23 de setembre

El 2 d'octubre, té lloc una sessió del Cercle d'Infraestructures, amb la presència del Sr. Joan H. Simó i del Sr. Pere Macias. Compta també amb la participació del responsable de projectes estratègics i d'innovació del Port de Barcelona, Sr. Carlos Rúa, que presenta el projecte CLYMA. Es tracta d'una anàlisi sobre el transport de mercaderies entre Lyon i Madrid amb l'objectiu de facilitar el desenvolupament de la Xarxa Bàsica europea de transports (Core Network) de manera coordinada.

2 d'octubre

El 21 d'octubre, GRIMALDI GROUP presenta a la seu de la Cambra *AUTOPISTES DEL MAR: FACTOR DE COMPETITIVITAT DEL TRANSPORT TERRESTRE*. El president de la Cambra, responsables del Grup Grimaldi, el Sr. Sebastiano Cirnigliaro i el Sr. Juan A Delgado, fan una àmplia explicació de la logística basada en els serveis del transport marítim. El Grup transporta camions, remolcs, contenidors i qualsevol classe de càrrega rodada, a més a més de passatgers.

El 15 d'octubre, FORUM ECONÒMIC DE EUROCHAMBRES, a la Cambra de Luxemburg, en el marc del qual es desenvolupen una amplia gamma de qüestions relacionades amb activitats, serveis, redisseny del model empresarial i noves eines de gestió per garantir el futur de les Cambres.

15 d'octubre

15 d'octubre

El 27 d'octubre, DINARS CAMBRA, D. Juan Carlos Ureta, President de Renta 4 Banco, Banc especialitzat en gestió patrimonial, mercats de capitals, finançament d'empreses i que cotitza en Borsa espanyola, fa una extensa exposició sobre LA RENDIBILITAT DEL TEU PATRIMONI, donant una àmplia visió sobre inversions i com es troben les borses a nivell mundial.

27 d'octubre

27 d'octubre

27 d'octubre

El 12 de novembre, conferència de FERRMED a Brussel·les, THE IMPACT OF INTERCONTINENTAL TRADE ON EU COMPETITIVENESS AND CORE NETWORK CORRIDORS (2015-2030). El comerç intercontinental d'Europa cap a Àsia, Àfrica i Amèrica creix de forma sostinguda any rere any, les projeccions per als propers exercicis assenyalen una continuïtat en creixement de les rutes marítimes. Aquesta tendència impacta significativament a la balança comercial i al creixement del PIB de la UE. En aquest context és important identificar els motors del canvi, però també els reptes i oportunitats que suposen per l'economia.

12 de nobembre

El 30 de desembre, el president de la Cambra presenta les dades de la Balança Comercial de Lleida, en aquest cas és positiva mentre que les de Catalunya i Espanya segueixen sent deficitàries. Lleida bat el seu màxim històric amb intercanvis comercials i tanca el 2015 amb un superàvit de 935 milions d'euros. El nombre d'empreses que exporten amb regularitat creix i es consolida.

30 de desembre

30 de desembre

# ESMORZARS CAMBRA

## EL FUTUR DEL MERCAT LABORAL

**Data: 22 de gener**

*Sr. Vicente Marrama*
Llicenciat en periodisme per la Universitat Pompeu Fabra. Diplomat en televisió per l'Escola Superior de Radio i Televisió.

## LA IMPORTÀNCIA DE LA INTEL·LIGÈNCIA EMOCIONAL EN EL TREBALL

**Data: 26 de febrer**

*Sra. Katia Medelles Padilla*
Experta, formadora en Coaching amb PNL.

## LA MÀGIA DE LES VENDES

**Data: 26 de març**

*Sr. Vicente Javaloyes*
Director del Sport Business Symposium. Ex-jugador professional d'handbol.

## COMPETITIVITAT I DIMENSIÓ EN L'EMPRESA

**Data: 30 d'abril**

*Sr. Yves Charnet*
Llicenciat en finances, Empresari, Consultor empresarial i conferenciant.

## ENCARA QUE TINGUIS POR, FES-HO!

### AFRONTAR LES SITUACIONS AMB FORÇA I DESCOBRIR EINES I HABILITATS SOCIALS

**Data: 28 de maig**

*Sra. Núria Benedito Pujol*
Doctora en Psicologia, formadora, coach.

## TENS CONFLICTES A LA TEVA EMPRESA? T'AJUDEM A SOLUCIONAR-HO

**Data: 2 de juliol**

*Sra. Katia Medelles Padilla*
Experta, formadora en Coaching amb PNL.

## *RENDIBILIDAD EMOCIONAL*

**Data: 17 de setembre**

*Sr. Antonio Garcia-Castrillon*
Llicenciat en medicina i cirurgia, especialista en psiquiatria.

## LA DONA DIRECTIVA, PRINCIPAL AGENT DE CANVI EMPRESARIAL I SOCIAL

**Data: 22 d'octubre**

*Dra. M. José Puyalto Franco*
Professora Agregada de Dret Mercantil, Degana de la Facultat de Dret i Economia de la UDL.

## DESENVOLUPA AMB ÈXIT LA TEVA MARCA PERSONAL

**Data: 26 de novembre**

*Sr. Xavier Roca Torruella*
Llicenciat en Administració i Direcció d'empreses per ESADE.

# NITS CAMBRA

Cambra de Comerç de Lleida

## Nits Cambra a la Llotja

**3 de juny 2015**

**20.30h**

Benvinguda

**20.40h**

Conferència d'Innovació i Competitivitat a càrrec del:

**Professor Xavier Sala-i-Martín**

Economista català, catedràtic de la Columbia University, conegut també pels seus articles i participacions en diversos mitjans de comunicació.

**21.30h**

Sopar a peu dret - Networking

Presentació "Nits Cambra" del 3 de juny de 2015.

Cambra de Comerç de Lleida

# Nits Cambra a la Llotja

8 de juliol 2015

**20.30h**

Benvinguda

**20.40h**

## Professor José María Gay de Liébana

*"Perspectives econòmiques 2015: és sostenible el nostre model econòmic?"*

Doctor en Economia i Dret. Professor titular d'Economia Financera i Comptabilitat a la Universitat de Barcelona. És Acadèmic de la Real Acadèmia de Doctors.

**21.30h**

Sopar a peu dret - Networking

Presentació "Nits Cambra" del 8 de juliol de 2015.

# ARTICLES PUBLICATS EN PREMSA

## CLUB CAMBRA, EL TEU NOU APARADOR PER DONAR-TE A CONÈIXER I FER NEGOCIS (11 de gener)

Empreses, grans corporacions, emprenedors i autònoms de tots els sectors de l'activitat disposen ja del Club Cambra Lleida, la nova plataforma de negocis creada per Cambra de Comerç de Lleida amb l'objectiu de promoure l'activitat econòmica i empresarial i fomentar la internacionalització, la competitivitat i la formació mitjançant productes i serveis de suport.

El Club Cambra, que compta amb el suport de les empreses i institucions líders del país, servirà per apropar l'activitat de la Cambra de Comerç al teixit empresarial lleidatà, per tal d'erigir-se com a punt de referència a l'hora de fer negocis. La iniciativa permetrà l'accés a una xarxa de 1.500 cambres de comerç d'arreu del món, presents a 180 països.

Aquest aparador professional per donar a conèixer l'activitat empresarial dels associats està pensat per oferir de manera àgil i directa el suport que ens expressin les empreses en un entorn de confiança. Oferim avantatges reals i pràctics, adaptats als nous temps, per afegir a l'atenció propera i professional de la Cambra un ampli ventall de serveis i descomptes personalitzats, en funció de les teves necessitats concretes.

Basant-se en el concepte *doing business*, el Club Cambra Lleida té per finalitat promoure el *networking* i l'activitat empresarial així com fomentar la internacionalització, la competitivitat i la formació mitjançant productes i serveis prestats per les cambres i també per part de tercers, en unes condicions avantatjoses.

Aquesta nova plataforma s'adapta a més a tot tipus d'empresa perquè hi ha lloc per a tothom des de les grans corporacions fins als emprenedors i és per això que des de Cambra s'han previst accions específiques i avantatges adreçats a cobrir les necessitats de cada perfil. En aquest sentit, les petites empreses i els autònoms podran millorar àmpliament les seves expectatives empresarials i créixer.

En el cas de les empreses amb trajectòria dins l'àmbit del comerç internacional, el Club Cambra els permetrà consolidar els mercats exteriors i obrir-ne de nous. Pel que fa a les pimes industrials, comercials i de serveis podran consolidar la seva marca, augmentar vendes i millorar la formació dels seus recursos humans, entre d'altres opcions tangibles.

D'altra banda, en el decurs del primer any del Club, s'estan estrenyent llaços i tancat acords estratègics amb partners que oferiran condicions avantatjoses i descomptes als socis del Club amb la intenció afegida d'afavorir la competitivitat i la generació de negoci.

Sense dubte, des de la Cambra de Comerç de Lleida volem que el Club Cambra esdevingui l'aixopluc de tot el món empresarial lleidatà i l'eina per ajudar a les nostres empreses a créixer i ser més competitives. Us hi esperem!

Joan H. Simó i Burgués
President de la Cambra de Comerç, Indústria i Serveis de Lleida

## PENSAR EL PETIT COMERÇ PER ARRIBAR A SER EXCEL·LENT (8 de febrer)

El petit comerç ha de saber aprofitar la seva grandària, que li permetrà una més gran flexibilitat per adaptar-se als canvis de l'entorn.

Avui en dia, la velocitat que ha agafat el canvi és enorme comparada amb la de fa només unes dècades.

L'entorn, els clients, els proveïdors, els productes, les necessitats, canvien constantment i cada cop més ràpid. El que ahir funcionava com a model de negoci avui ja no és vàlid. Tot això obliga als empresaris de comerç a adaptar-se a aquests canvis, i fa absolutament vigent la frase de Charles Darwin "les empreses que sobreviuen no són, ni les més fortes, ni les més intel·ligents, sino les que millor s'adapten als canvis".

L'avantatge que suposa per al petit comerciant el contacte directe amb el client i l'entorn, qui proporcionen informació actualitzada i directa del què està passat al seu voltant, s'ha de saber aprofitar per reaccionar als missatges que aquest entorn li envia.

L'altre avantatge important és la menor dificultat per realitzar canvis que implica el reduït volum, en comparació amb una gran estructura, molt més complicada per assumir un canvi, i fer-lo efectiu.

L'empresari que té una actitud passiva, que segurament ha dirigit un negoci d'èxit durant anys, però que ara veu com el model s'extingeix, que cada cop ven menys, i que no pren cap decisió fent el que sempre ha fet, acabarà extingint-se. En canvi, l'empresari valent que prengui decisions adreçades a canviar coses en la seva empresa té moltes possibilitats de triomfar.

Aquesta capacitat d'adaptació a la qual fem referència no sorgeix per art de màgia sino que s'entrena, és a dir, passa per la professionalització, per la reflexió. L'empresari més preparat, més format i sobretot el que més és dediqui a pensar, serà sense dubte el més competitiu.

Això que pot semblar una obvietat, PENSAR en majúscules, és una de les grans mancances de la nostra societat, del nostre moment, en general. El dia a dia "se'ns menja", ens domina i cada cop és més complicat trobar moments i espais que ens ajudin a reflexionar, a meditar si estem fent les coses per convicció, si tenim arguments per defensar la nostra manera d'actuar empresarialment parlant, o si per el contrari, o fem així perquè sempre ho hem fet així.

El nostre objectiu empresarial i humà hauria de ser arribar a tenir o a dirigir empreses excel·lents, i quan diem excel·lents no volem dir grans empreses, no té res a veure amb la grandària, sino empreses on es fan les coses bé, la gent i treballa a gust, se senten valorats, formen un verdader equip humà i la empresa compleix els seus objectius econòmics.

Aquesta societat que no ajuda a pensar tampoc sap digerir en molts casos l'excés d'informació de la qual disposa.

Les empreses disposen avui en dia bones bases de dades, però si aquestes bases de dades no s'analitzen, no s'interpreten, no tenen cap sentit. Aquesta informació ens ha de servir per treure conclusions que em suposin una ajuda per prendre decisions més encertades.

Tot i la situació de disminució de consum generalitzada que ha provocat la crisi econòmica moltes petites empreses de comerç que pensen, s'adapten i prenen decisions valentes continuen funcionant, generant riquesa i distribuint-la, i constitueixen clars exemples del que és una empresa excel·lent.

Hem d'agrair-los l'esforç que fan, el mèrit que tenen i l'exemple que suposen, i animar-les per a que continuïn fent ho, i d'aquesta manera garantiran que les nostres ciutats i pobles continuïn essent llocs amables i més vius per les persones que hi viuen o hi passen.

Blanca Siurana
Responsable de l'àrea de comerç i competitivitat de la Cambra de Comerç, Indústria i Serveis de Lleida.

## OBRIR-SE ALS NOUS MERCATS (8 de març)

La internacionalització és una eina clau per seguir sortint de la crisi. Aquesta afirmació que us faig també es va posar de relleu per part dels professors de IESE i ESADE Pedro Nueno i Jaume Giné, respectivament, que van aprofundir en les potencialitats i el coneixement dels mercats forans, especialment els de l'eix Àsia Pacífic, durant les seves intervencions en el I Fòrum Agroalimentari Lleida-Àsia, organitzat en el marc del IV International Gourmet&Wines Business Meetings que impulsa Cambra.

Enguany, el comerç internacional de Lleida de l'any 2014 va estar marcat pel vet rus al sector fructícola europeu. Aquest fet, que es va produir en un moment cabdal de la campanya de recol·lecció i venda, va provocar que s'haguessin de buscar altres mercats on poder comercialitzar la fruita que havia d'anar destinada a Rússia. Tot i que es va aconseguir, atès que al 2014 no només es va exportar el mateix volum de fruita sinó un 4% més, l'afectació en el preu a la resta de mercats va ser molt negativa.

Tanmateix, des d'un punt de vista global les dades del 2014 cal valorar-les de forma positiva, perquè la davallada de les exportacions només ha estat del 2,1% respecte l'any anterior, fins arribar als 1.697 milions d'euros. Les importacions, per la seva part han disminuït un 2,9% amb un valor total de 806'94 milions d'euros.

No són mals resultats tenint en compte el context actual de baix consum intern, l'encara difícil accés al finançament i la persistència d'un euro molt apreciat respecte el dòlar durant una bona part de l'any, la disminució del comerç internacional de Lleida ha estat inferior al 3%, fet que demostra la importància de la internacionalització de les empreses en un moment com l'actual.

Així, les firmes de Lleida segueixen obrint nous mercats i diversificant i, en aquest sentit, es detecta un increment de les exportacions de béns de consum com els mobles, els aparells d'il·luminació i els electrodomèstics, entre altres.

D'altra banda, des de Cambra de Comerç de Lleida aplaudim el fet que el nombre d'empreses exportadores regulars –les que han realitzat vendes internacionals durant els 4 últims anys– hagi augmentat passant de 721 a 755.

Aquesta xifra posa de relleu que les empreses lleidatanes són cada cop més conscients que la internacionalització és, i ha de ser encara més, una eina per millorar la seva competitivitat i, per què no, una de les opcions més escaients per seguir sortint de la crisi.

Des de Cambra seguirem posant l'accent en l'assessorament i promoció de la internacionalització de les empreses de Lleida amb eines com la formació que organitzem, l'assessorament diari que oferim i les missions comercials directes o inverses que organitzem i que es consoliden com actuacions de gran utilitat i valor per cada cop major nombre de participants.

Com a novetat, aquest 2015 hem endegat el Club Cambra Export, una modalitat del Club Cambra que persegueix l'objectiu d'aglutinar els interessos de les empreses internacionalitzades de la demarcació de Lleida amb la voluntat de resoldre les traves i inquietuds amb què es troben en la pràctica del comerç internacional. Alhora, a través dels serveis de Cambra, volem donar solucions concretes a totes les necessitats que es puguin tenir en cada mercat.

És important, doncs, que entre tots aconseguim que cada dia més empreses de Lleida prenguin consciència de la diversitat i quantitat d'oportunitats que ofereix la internacionalització i l'obertura als nous mercats.

Joan H. Simó i Burgués
President de Cambra de Comerç, Indústria i Serveis de Lleida

## FORMACIÓ PER MILLORAR LA GESTIÓ DE L'EMPRESA (10 d'abril)

El desig de ser i de pensar diferent, de ser independent desenvolupa l'habilitat per a innovar. Ser pioner en trobar noves formes no convencionals per a connectar amb les persones a les que vols transmetre el teu missatge, permet fidelitzar-les per sempre.

Aquest és objectiu prioritari que té la formació que ofereix la Cambra de Comerç de Lleida a les empreses. Oferim una **formació de qualitat, encaminada a enfortir la capacitat de gestió** d'acord amb les necessitats de l'empresari, ajudant-los a millorar la seva qualitat i a adaptar-se als nous reptes mitjançant una millora de les competències del lloc de treball indispensable per enfortir la situació competitiva de les empreses i del seu personal. L'any passat, 836 persones van passar per les aules de la Cambra i es van dur a terme 72 accions i cursos que van suposar 1.460 hores de formació.

La formació contínua és un procés de millora i de motivació per als treballadors d'empresa: la seva eficàcia es comprova en la seva utilitat. Per aquest motiu cal que estigui centrada en habilitats i actituds i sigui pràctica per a poder obtenir els resultats requerits.

A Cambra posem a l'abast diferents programes, en funció de la seva durada, metodologia i continguts. Així, oferim programes d'alta direcció, adreçats a empresaris, alts directius i comandaments intermedis que vulguin progressar en la seva trajectòria professional. També disposem de cursos de curta durada, que aporten coneixements concrets per resoldre necessitats immediates, i de seminaris que permeten mantenir-se actualitzar les novetats en determinats aspectes, incorporant les habilitats bàsiques exigibles.

D'altra banda, els tallers es preveuen amb una metodologia eminentment pràctica orientada a resoldre problemàtiques concretes, comprovar habilitats i coneixements. I per últim, les jornades de competitivitat orienten l'empresa en un context molt competitiu, canviant i complex per a assolir millors nivells de rendibilitat i sostenibilitat.

Som conscients que la manca de temps, les plantilles reduïdes, la lluita per aconseguir els objectius fixats i les rutines diàries, fan que la formació acabi passant, en molts casos, a un segon terme. Per aquest motiu, l'Àrea de Formació de Cambra dissenya específicament plans estratègics de formació a mida, adaptant en exclusivitat els continguts de les formacions a les necessitats i objectius que té la pròpia empresa. Això és la formació a mida o *in company*.

Pel que fa a la formació continua, las empreses disposen d'una quantitat de diners, anomenat "crèdit de formació" per als treballadors, l'import del qual resulta d'aplicar un percentatge a la quantia aportada a la Seguretat Social l'any anterior en concepte de quota de formació professional. Les empreses d' 1 a 5 treballadors tenen garantit un crèdit mínim de 420 euros. La resta d'empreses se l'adjudica un percentatge de bonificació sobre la seva quota de formació professional.

Pel que fa a la formació oficial (màsters, postgraus, escoles oficials, titulacions pròpies universitàries), les empreses disposen del PIF (Permís Individual del Treballador) per bonificar la matrícula. En definitiva, la Cambra de Comerç posa l'accent en la millora de la formació tenint en compte les necessitats que mostren les empreses amb l'objectiu de fer més competitiu i apte el seu capital humà.

Gemma Torres
Responsable de Formació de la Cambra de Comerç, Indústria i Serveis de Lleida

## PORTA OBERTA A LA INTEGRACIÓ PROFESSIONAL DELS JOVES (11 de maig)

Les cambres són els ens més escaients per fer de pont entre les empreses i els joves que busquen un lloc de treball. Sempre he insistit en la necessitat d'adequar la formació que s'imparteix als perfils de personal vacant del nostre teixit empresarial.

I aquest és, precisament, un dels objectius del Programa Integral de Calificación y Empleo (PICE) que forma part del Sistema Nacional de Garantía Juvenil del Ministeri d'Ocupació i Seguretat Social i està cofinançat pel Fons Social Europeu (FSE).

El programa, que es desenvoluparà del 2015 al 2019, s'adreça a joves entre 16 i 24 anys que no estudien ni treballen de la demarcació de Lleida, que estiguin disposats a formar-se i rebre una qualificació professional que els capaciti i faciliti la seva incorporació al mercat de treball. A més, posarà en contacte els joves amb les empreses que necessitin ampliar plantilla, formant-los a mida dels requisits del lloc de treball. Els joves reben formació presencial en competències digitals i noves tecnologies, idiomes, formació específica professional i habilitats socials i tècniques per desenvolupar-se en el món de l'empresa. Calculem que dels 600 joves que hi prendran part en el programa, el 35%, uns 200 joves, s'incorporaran en el món laboral.

Els participants en aquesta iniciativa tenen un orientador laboral que es fa càrrec de la seva formació, qualificació i inserció. Analitza les seves competències, grau de qualificació i elabora un perfil professional, derivant posteriorment a un dels tres programes que componen l'itinerari formatiu del PICE: Capacitació, Mobilitat (per a aquells joves interessats en un lloc de treball en un país europeu) i Dual (combina teoria i pràctica a l'empresa). Cada programa, doncs, està dissenyat per donar resposta a diferents perfils laborals, nivells de capacitació i competències.

Pel que fa les accions d'inserció laboral que preveu el pla hi ha pràctiques no laborals, pensades per als joves amb menys experiència laboral; l'acompanyament i les visites a empreses perquè l'alumne conegui el funcionament real d'una empresa i els diferents llocs de treball i, en tercer lloc, els incentius a la contractació.

***Beneficis per a les empreses***

Amb el PICE, l'empresa s'assegura la contractació d'empleats que realment s'ajusten als requeriments del lloc de treball. D'altra banda, les empreses també es beneficien de les ajudes previstes per la Seguretat Social per a la contractació de joves. De fet, Cambra de Comerç de Lleida ja ha començat els contactes amb empreses lleidatanes que necessiten augmentar les seves plantilles i oferirà ajuts a les empreses contractants de fins a 1.500 euros per contracte. Aquestes subvencions seran complementàries a les bonificacions de la Seguretat Social ja existents.

També s'estalvia els costos de selecció de personal i la formació del personal, perquè prèviament l'orientador de la Cambra selecciona per l'empresa als joves que millor encaixin en el perfil demandat. Alhora, formem els tutors d'empresa, que s'encarregaran d'acollir els joves en l'entorn laboral.

En definitiva, joves sense feina i empreses amb necessitats de personal ben format tenen amb el PICE una oportunitat de futur que posem al vostre abast.

Joan H. Simó i Burgués
President de Cambra de Comerç, Indústria i Serveis de Lleida

## REPENSANT EL NOSTRE FUTUR INDUSTRIAL: BIOPRODUCTES (11 de juny)

La Comissió de promoció Industrial de la Cambra de Comerç de Lleida va encarregar un estudi l'any 2006 per analitzar nous potencials *clústers* industrials que s'estiguessin generant a les nostres Terres. El resultat del mateix va ser negatiu. Es varen detectar algunes empreses que s'havien creat però la realitat era que no es trobaven incloses dins d'un veritable grup d'empreses interrelacionades, com es el cas d'un *clúster*.

Davant d'aqueta realitat, des de la nostra institució es va considerar fer una anàlisi DAFO per tal d'identificar les oportunitats que el nostre territori tenia. Arran d'aquesta anàlisi ens vam adonar que les oportunitats de Lleida es fonamentaven en el desenvolupament de les indústries dels bioproductes. És a dir, la regió de Lleida és la principal zona econòmica de la Catalunya interior i es caracteritza per disposar del sector agroindustrial més important de Catalunya. Un sector que s'ha desenvolupat amb la contribució de professionals formats al voltant d'un pal de paller com ha estat la Universitat de Lleida i concretament l'ETSEA i altres reconeguts centres universitaris i tecnològics d'arreu del món, experts en processos i tecnologies agroindustrials.

A aquesta potencialitat de coneixement s'hi ha d'afegir la construcció de noves infraestructures de reg com el Canal Segarra-Garrigues i l'Algerri-Balaguer i l'expertesa que té el territori en la producció de biomassa (cultius de no alimentació, residus forestals, massa forestal, residus orgànics i residus procedents de les industries agroalimentàries).

Aquesta matèria primera a través de l'aplicació de processos industrials i biotecnològics transformen la biomassa en nous productes anomenats bioproductes: bioplàstics, biopintures, bienergia, biocombustibles, biomaterials de la construcció i d'altres que poden generar noves oportunitats per a la industrialització de la nostra demarcació.

Per posar un exemple, en el recent congrés mundial de Cambres de Comerç celebrat a Toró es va posar de manifest que les grans oportunitats que es poden generar amb al valorització dels subproductes procedents de la indústria agroalimentària. D'altra banda, el patronat europeu de la alimentació, Foodrink Europe, en el seu Annual Report 2105 també planteja la importància de l'aprofitament dels subproductes generats per aquestes.

La indústria de bioproductes ha d'esdevenir l'element diferenciador i alhora complementari del nostre sector agroalimentari; han de ser les que han d'aportar el valor afegit que genera el coneixement i la tecnologia que tenim.

Hem de ser conscients dels entorns globals que hi ha amb grans concentracions de fluxos comercials en determinades àrees del planeta, com es la zona d'Àsia-Pacífic que concentra actualment la classe mitjana amb més poder adquisitiu. També hem de tenir en compte que per una banda, Europa està en decadència perquè a curt termini perdrà potencials consumidors i per una altra que Àfrica s'està despertant amb gran força; a tall d'exemple, les previsions de població d'un país com Nigèria, l'any 2060 seran de 400 milions d'habitants igualant pràcticament els Estats Units. Davant d'aquesta situació, hem de cercar elements diferenciadors fonamentats en la innovació i el coneixement per poder competir en aquests nous entorns.

Per tant, si som capaços de creure'ns que a Lleida, partint de la nostra expertesa en la producció de biomassa i aplicant una estratègia d'innovació territorial que aposta per la ecoinnovació podem sense dubte arribar a ser una regió capdavantera a nivell europeu en la producció de bioproductes. N'estem capacitats, però és una feina de tots. Posem-nos a treballar.

Josep Ramon Paris
Secretari General de la Cambra de Comerç, Indústria i Serveis de Lleida

## EMBRANZIDA A LES INFRAESTRUCTURES DE LLEIDA: QUI NO HI ÉS NO HI ÉS COMPTAT (11 de juliol)

La Cambra de Comerç de Lleida, en tant que ens que defensa els interessos generals del teixit empresarial, comercial, industrial i de serveis de la nostra demarcació, ha advocat sempre per assolir una xarxa d'infraestructures òptima per al seu necessari desenvolupament socioeconòmic.

La inexistència d'una veu unida que reclami la posada en marxa de les vies de comunicació prioritàries per a Lleida es fa palesa amb la manca d'acords unànimes a l'hora de prendre decisions polítiques cabdals, fet que comporta conseqüències endèmiques per al territori.

És el cas de la demanda d'execució dels trams pendent de l'A-27 entre Tarragona i Montblanc que, malgrat rebre el suport de la majoria de grups parlamentaris a Madrid, va ser tombada amb els vots en contra del Partit Popular.

En aquesta proposta de reactivació d'obres per garantir la inversió productiva a Catalunya també hi figuraven d'altres reclamacions habituals com el desdoblament de la N-II, millorar l'eix pirinenc i instar a Foment l'execució dels trams pendents de la futura A-14 entre Lleida i la frontera amb França.

Tampoc s'ha atès al llarg d'aquest temps, cal recordar, l'exigència d'alliberar el peatge Lleida-Montblanc mentre no es finalitzin les obres de l'A-27. Mentre totes les forces polítiques, l'empresariat i la societat civil de Lleida i Tarragona han manifestat públicament la urgència de connectar ambdues demarcacions, el govern central continua desatenent el clam d'un territori.

Desatendre aquesta necessària i llargament reclamada obra posa en escac i mat la connexió amb el nostre port natural d'exportació. Les oportunitats d'exportació i d'obertura de nous mercats en sectors claus per a Lleida com l'agroalimentació seguiran minvades, clarament, mentre romangui aquesta negativa. Fins quan?

La promoció empresarial de Lleida i la generació de nous projectes *export i import* segueixen en *stand by* també en el cas de l'aeroport d'Alguaire. L'existència d'una duana i d'un punt d'inspecció fronterer, juntament amb l'exportació i importació de mercaderies donarien embranzida a aquesta infraestructura, amb el conseqüent impuls de l'ocupació i un gran impacte en l'economia del territori. Cal, doncs, en aquest sentit recolzar tota iniciativa privada seriosa que tingui per objectiu activar el potencial la vesant del transport de productes locals i importacions de tercers països.

Des de Cambra de Comerç també instem a la necessària posada en marxa de l'estació del Pla de la Vilanoveta, l'antiga estació de passatgers situada en la línia Barcelona-Manresa-Lleida-Saragossa que va reconvertir-se per poder rebre trens de mercaderies i fer la funció de tallers. ADIF és qui la gestiona i de qui en depèn la posada en marxa de les instal·lacions perquè tornin a donar servei. Aquesta infraestructura permetria connectar la planta per via fèrria amb el Port de Barcelona i, de retruc, s'obririen les portes a la possible construcció d'un centre logístic en la mateixa zona.

Des de Cambra de Comerç, en definitiva, seguirem posant l'accent en les possibilitats i les necessitats immediates de comunicació que registren les comarques de Lleida per tal de promoure l'activitat empresarial lleidatana i el comerç exterior local, bàsics per al futur econòmic i l'increment de la competitivitat de les empreses de Lleida. Cal una Lleida connectada al món perquè per tots és sabut que, qui no hi és no hi és comptat.

Joan H. Simó i Burgués
President de Cambra de Comerç, Indústria i Serveis de Lleida

## LA INTERNACIONALITZACIÓ COM A FACTOR CLAU DEL MODEL DE NEGOCI (11 d'agost)

En els últims temps el concepte "internacionalització" està en boca de multitud de gurus, analistes i professionals que veuen en aquesta opció una solució a la pràctica totalitat dels problemes que registren avui les empreses. I tot i que en part és així, no ho és del tot.

Les exportacions realitzades per empreses de Lleida no han deixat de créixer en els últims 15 anys. De fet, podem dir que en els últims 8 anys s'han duplicat i que les perspectives són favorables perquè continuïn augmentant, tot i que possiblement no ho faran al ritme al qual ens hem anat acostumant darrerament.

La internacionalització ofereix una sèrie d'atractius que moltes empreses amb visió estratègica fa temps que venen gaudint gràcies a la seva aposta ferma pels mercats internacionals.

Sense cap tipus de dubte, el principal actiu és la diversificació que s'aconsegueix, ja que operar en diversos mercats permet a l'empresa minimitzar l'afectació que la caiguda d'un mercat suposa en la seva xifra de negoci.

No obstant això, aquest acostuma a ser un actiu que es valora en moments de dificultat enlloc de tenir-se en compte en èpoques de bonança, quan el mercat habitual funciona i l'empresa podria disposar del temps i la capacitat d'inversió que requereix la internacionalització.

Un altre atractiu important rau en el nivell de competitivitat que imposa la internacionalització. Competir amb empreses internacionals i relacionar-se amb clients que treballen de manera diferent permetrà a l'empresa detectar noves oportunitats de negoci i adquirir dinàmiques de treball que la faran més competitiva, reforçant-la, a la vegada, en el mercat estatal.

Tanmateix, la internacionalització no és un remei immediat contra tots els nostres problemes. Pel sol fet d'introduir-se en nous mercats no obtindrem augments de la xifra de negocis a curt termini.

Sense cap mena de dubte, per tenir possibilitats d'èxit haurem d'enfrontar-nos a un procés complex, que requerirà una inversió de certa importància i que farà imprescindible una major professionalització dels recursos humans adquirint mètodes de funcionament que poden fer trencar més d'un esquema.

Per tant, no és tan important prendre la decisió d'internacionalitzar-se, deixant-se endur per una moda, sinó decidir com s'abordarà aquest repte i de quina manera actuarà sobre el model de negoci.

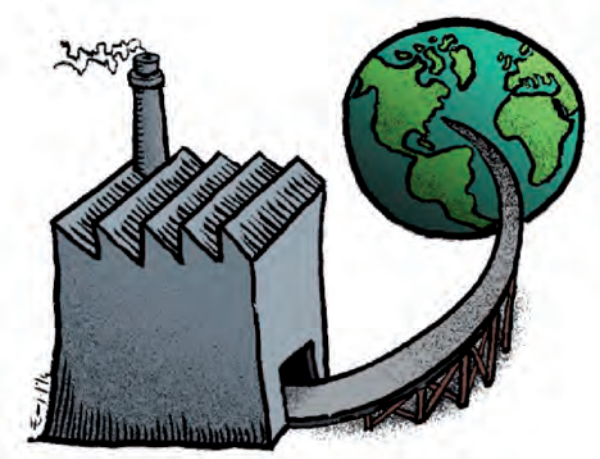
Així doncs, resulta imprescindible realitzar una estratègia d'internacionalització a través de la qual es definirà quants mercats s'abordaran, quins seran, amb quines perspectives de negoci, a través de quin canal de distribució o quin tipus de client, mitjançant quines actuacions, i finalment, quina inversió serà necessària per dur a terme aquestes actuacions.

Tots aquests aspectes hauran d'anar totalment alineats amb el model de negoci i, sobretot, també s'haurà d'alinear l'estructura organitzativa, comercial i productiva, atès que molts dels fracassos venen donats per no haver tingut en compte aquests factors.

Convé doncs, comptar amb l'ajuda d'experts amb experiència en la definició d'estratègies d'internacionalització i que hagin "trepitjat" el màxim nombre de mercats possible, fet que permetrà ampliar els horitzons en el moment de plantejar-se objectius que siguin ambiciosos però a la vegada factibles, i al mateix temps minimitzant els riscs i evitant caure en errors que es podien haver previst.

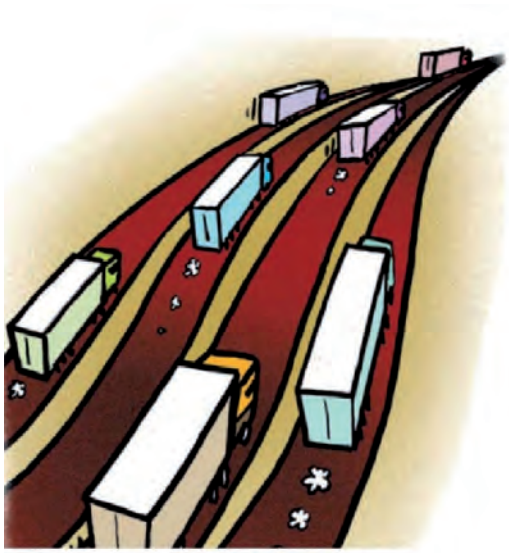
La Cambra de Comerç de Lleida porta dècades fent-ho i ja ha acompanyat a més de 100 empreses que en el seu dia es van plantejar internacionalitzar-se començant des de zero i que avui obtenen més de la meitat de la seva xifra de negocis de mercats internacionals.

Joan H. Simó i Burgués
President de Cambra de Comerç, Indústria i Serveis de Lleida



## UNA OPORTUNITAT I UN REPTE: LA CRISI (22 de setembre)

Les dades dels darrers mesos semblen assenyalar que l'economia lleidatana agafa ritme. L'evolució de la balança comercial del primer semestre i les expectatives de l'empresariat que reflecteix el Ritme econòmic fan pensar en que les coses comencen a tornar al seu lloc després de la greu crisi que hem patit. Malgrat encara arrosseguem una de les xacres que més directament impacta sobre la ciutadania, l'atur, Lleida té la sort de ser la demarcació catalana amb l'índex més baix de persones que tot i voler-ho fer no treballa (EPA); cinc punts per sota de la mitjana catalana i gairebé set de la de l'estat Espanyol. Des d'una perspectiva empresarial això suposa que es fa necessari treballar i impulsar aquelles palanques que han d'ajudar les nostres empreses a millorar la seva competitivitat. Des de la Cambra de Comerç de Lleida estem convençuts que la internacionalització, la innovació i sobretot la formació dels recursos humans són els factors que permetran a l'empresa lleidatana assolir aquesta competitivitat i aprofitar l'entorn econòmic favorable que s'albira. I per tal de poder donar suport a les petites i mitjanes empreses, hem convertit aquestes tres actuacions en les nostres grans línies estratègiques.



Si en una cosa coincideixen els experts és en la necessitat de formar-se perquè l'empresa pugui ser competitiva, innovadora i oberta als mercats mundials. Els recursos humans de què disposi seran les peces clau per assolir aquestes fites. És perquè som conscients d'aquesta realitat que des de la Cambra de Comerç, Indústria i Serveis de Lleida centrem els nostres esforços en facilitar l'accés a la formació a tothom: als directius; als càrrecs intermedis; als treballadors; però també, als recent titulats.

Entenem que cal potenciar l'especialització del nostre sector productiu. L'agroindústria és un sector preponderant a l'economia lleidatana, ja que no només ens permet situar la ràtio de sobirania alimentària en el 88%, sinó que és un motor per a la resta d'activitats econòmiques. És el fil conductor entre producció, manipulació, envasament, transport i comercialització. I és en aquest marc, on no podem perdre de vista l'oportunitat que per Lleida suposen els bioproductes. El sector primari i la indústria agroalimentària són els proveïdors de la matèria primera i per tant cal donar valor a aquests subproductes. Tenim el coneixement per impulsar aquests processos en centres tecnològics com l'IRTA o la UdL i a les empreses lleidatanes. Des de la Cambra hem impulsat la marca *Lleidabiotech* per aixoplugar les activitats lligades a la biotecnologia. El capital humà disponible a Lleida ens interpel·la a tots per no deixar passar aquesta oportunitat d'impulsar una economia de futur.

Lleida ha de seure i pensar què vol ser quan sigui gran. Aquest és el gran repte i l' oportunitat que s'obre amb la crisi. Entre tots, hem de reflexionar i dissenyar una estratègia industrial que ens ajudi a equilibrar la nostra economia i a vertebrar el territori. I poder-ho fer implica disposar d'infraestructures adients. Lleida és la demarcació més extensa de Catalunya i això fa imprescindible una bona xarxa viària i de ferrocarril. Perquè sense connectivitat amb els mercats de res ens servirà ser la millor zona productora. L'empresa necessita infraestructures per a desenvolupar-se i si una cosa és indiscutible és el dèficit que arrosseguem. Una ullada als pressupostos que del Ministeri de Foment ens permet visualitzar el descens continuat d'inversions fins a deixar les xifres en nivells irrisoris. A tall d'exemple, dels 1.000 M€ que es destinaran el 2016 a inversions portuàries, només 34,7 seran per al Port de Tarragona, el nostre port de referència. Un port que sense un adequat l'accés per la N-240 de ben poca cosa ens servirà. I el mateix serveix per a tota la xarxa que ha de garantir la connectivitat amb el futur corredor del mediterrani. No ens podem permetre una Lleida desconnectada.

Finalment, no podem obviar parlar de la situació particular que viu el nostre país. Crec que és important recordar el manifest signat per l'empresariat adscrit a Cambres de Comerç com la de Lleida. Vam deixar clar el suport incondicional al procés endegat des del Parlament perquè creiem que la ciutadania ha de poder expressar lliurement i democràtica quin model de futur vol pel seu país. El nostre compromís passa per respectar aquesta decisió, sigui quina sigui, i adaptar les nostres empreses per tal de contribuir, com ho hem fet sempre, al progrés i al benestar de la societat en la que vivim. Sigui quin sigui el resultat electoral del 27 de setembre estic convençut que serà el millor per Catalunya. I serà així perquè serà la ciutadania qui ho haurà escollit.

Joan H. Simó i Burgués
President de Cambra de Comerç, Indústria i Serveis de Lleida

## ARA, NO PODEM DEIXAR PASSAR EL TREN (19 d'octubre)

Les potencialitats de Lleida com a plataforma logística ferroviària són sobre la taula. Tant l'estudi realitzat en el marc del Projecte *Clyma* impulsat pel Cercle d'Infraestructures, com el que la Diputació de Lleida va encarregar a l'Institut Cerdà destaquen el posicionament estratègic de la capital de Ponent. La seva ubicació al bell mig del flux del transport de mercaderies entre Madrid i Barcelona la converteix en la candidata ideal per assumir aquest paper. Una actuació que des de la Cambra considerem molt rellevant, ja que pot ser un motor per al desenvolupament del teixit productiu de les comarques lleidatanes.

Avui per avui, el sector logístic ja ocupa la sisena posició en termes d'ocupació amb gairebé 4.000 treballadors i 400 empreses actives a Lleida. Unes dades que no poden passar-se per alt en el moment de planificar noves inversions industrials com el polígon de Torreblanca-Quatre Pilans, actualment aturat, però que no només és important pel sòl industrial disponible que suposa, sinó també per ajudar a conformar aquesta potencialitat de sòl logístic tan necessària a mig termini si Lleida es vol posicionar en el mapa del transport de mercaderies com a un autèntic hub. I no podem oblidar el foment de la resta de comunicacions viàries i ferroviàries que són estratègiques per a fer realitat aquestes potencialitats: Lleida-Alguaire, Lleida-Tortosa, Lleida-Balaguer, Tàrrega-Montblanc o la millora de la xarxa viària i ferroviària per enllaçar amb els ports de Tarragona i Barcelona.

És per tot plegat que la Cambra de Comerç, Indústria i Serveis de Lleida s'ha sumat a la petició que el TEN-T Core Network prengui en consideració el subtram Madrid-Saragossa-Monzón-Lleida-Barcelona per tal que aquest pugui gaudir del finançament comunitari i contribueixi d'aquesta manera a potenciar el transport de mercaderies. El projecte Clyma ha analitzat les potencialitats que té aquest eix ferroviari en el futur i ha desvelat que són fins i tot superiors a les del corredor ferroviari del mediterrani. Els resultats assenyalen que els principals fluxos del transport de mercaderies en ferrocarril es donen entre Madrid y Barcelona per aquest eix i no tant a través de les ciutats de l'arc mediterrani. Inicialment, el mapa TEN-T-Core Network aprovat pel 2013 només contemplava la proposta que passava per Caspe però ara sembla ser que el Govern de Madrid estaria disposat a donar suport a l'eix que passa per Lleida. Una oportunitat que no podem deixar passar de llarg.

Però sabem que no serà fàcil i ràpid. Hi ha diferents problemàtiques a les que s'haurà de donar resposta i que són fruit de la manca de planificació estratègica realitzada fins ara, és a dir, de les actuacions puntuals. Una manera de treballar que provoca no tan sols que l'ample de via sigui diferent, sinó també que el voltatge entre diferents trams de l'Estat espanyol s'hagi d'ajustar; que els sistemes de seguretat entre Espanya i França no siguin els mateixos, o que les institucions que es fan càrrec de l'administració d'aquestes infraestructures tinguin visions molt diferents de com han de fer la seva feina. Un altre dels inconvenients arriba de la mà de fer servir infraestructures ferroviàries mixtes, és a dir, tant pel transport de passatgers com de mercaderies. Això resta i limita la competitivitat de la xarxa com a conseqüència, de les diferents actuacions de manteniment que es fan necessàries en un o altre cas.

Així doncs, si volem fer que aquestes potencialitats que el territori ens ha posat a l'abast esdevinguin una oportunitat per a les empreses de Ponent, aquesta vegada no podem deixar passar el tren. Tothom ha de sumar per a que a la TEN-T Core Network s'hi inclogui la proposta del subtram Madrid-Saragossa-Monzón-Lleida-Barcelona, ja que d'això en depèn no només el seu finançament sinó també el desenvolupament econòmic de les zones per les que passa.

Joan H. Simó i Burgués
President de Cambra de Comerç, Indústria i Serveis de Lleida

## EMPRENEM JUNTS PER CRÉIXER! (22 d'octubre)

La major part de les vegades que escoltem parlar d'*emprenedoria* tendim a relacionar-ho a una persona o grup de persones que pretén impulsar un projecte empresarial nou. Una proposta basada en una idea que vol esdevenir una oportunitat de mercat. Però de fet, hi ha moltes altres formes de ser emprenedor i una és el que s'anomena l'emprenedoria corporativa, un terme en el qual volem aprofundir en aquest article.

En primer lloc, dir que no hem d'entendre l'emprenedoria només com un estat inicial en el que es pot trobar una determinada empresa, encara que també pugui ser-ho. Però ser emprenedor va més enllà i implica una actitud en pro d'una constant evolució que permet a l'empresa innovar i introduir millores en els processos productius i en la seva manera de treballar –tant de cara endins com enfora- que redundarà en un augment de la seva competitivitat. Serà doncs aquesta actitud emprenedora la que la col·locarà en una millor posició alhora de treballar i plantar cara als reptes que suposa el context exigent i canviant que protagonitza els temps que vivim.

En aquest marc, l'emprenedoria corporativa aglutina i comprèn totes aquelles actuacions que es plantegen en el si de l'empresa amb l'objectiu de fomentar una innovació oberta, una mentalitat que permeti incorporar als processos tradicionals una nova relació amb les *start-ups* tecnològiques –normalment estretament relacionades amb el món de la recerca– que cada dia sorgeixen tant en el context immediat de les empreses industrials com en el que no ho és tant. Cal dir però que l'emprenedoria corporativa no està només adreçada a les grans empreses industrials, sinó que també interpel·la a les pimes o a les pròpies *start-ups* a buscar sinèrgies entre elles que facin dels projectes una realitat. I és que l'emprenedoria corporativa ha de ser entesa com una via d'anada i tornada.

Una de les paraules clau quan parlem d'emprenedoria corporativa és doncs "col·laboració": una relació col·laborativa entre empreses consolidades i *start-ups*, entre diferents *start-ups*, entre *start-ups* i pimes i perquè no, entre empreses ja consolidades. La finalitat, afavorir la connexió entre elles per descobrir les sinèrgies que les hi permetin desenvolupar noves iniciatives i projectes que les ajudin a créixer. En definitiva, un contacte que esdevé un *win-win* en el moment que l'empresa petita, mitjana o gran incorpora les innovacions procedents de l'*start-up* i això la permet posicionar-se al davant de la seva competència. Per la seva banda, l'*start-up* aconsegueix accedir al mercat en millors condicions i sobretot de manera molt més ràpida.

Conscients que aquest vincle és clau per al creixement i la consolidació del teixit empresarial lleidatà, des de la Cambra de Comerç, Indústria i Serveis de Lleida estem convençuts que cal fomentar l'emprenedoria corporativa. Amb aquest objectiu hem plantejat un seguit d'actuacions que busquen promoure les relacions i sinèrgies entre les empreses que es troben al nostre territori les *start-ups* lleidatanes o d'altres contrades de Catalunya. Unes intervencions que alhora fomenten la inversió en les *start-ups* que normalment es troben en fase de desenvolupament de producte o a la cerca e nous mercats. D'aquesta manera impulsen una nova cultura de treball en el si de la indústria més tradi-cional que veu una oportunitat en la creació d'aquestes noves empreses de base clarament tecnològica que aporten valor afegit.

La proposta que hem habilitat des de la Cambra de Comerç, Indústria i Serveis de Lleida passa per buscar i trobar solucions que donin resposta als reptes d'innovació posant en contacte empreses amb una activitat consolidada amb aquests negocis de nova creació i clarament tecnològics. Per tal que això esdevingui més que paraules és imprescindible que treballadors i treballadores, però també càrrecs directius de les empreses i indústries implicades estiguin capacitats en matèria d'emprenedoria corporativa. Alhora, per tal que aquests vincles esdevinguin duradors i permetin incrementar la col·laboració en futurs projectes, cal fer una anàlisi acurada de les necessitats reals d'innovació tecnològica de l'empresa ja que cal enfocar correctament els contactes per evitar disfuncions a mig i llarg termini.

El projecte que posa a l'abast de les empreses lleidatanes la Cambra de Comerç, Indústria i Serveis de Lleida busca que aquesta inversió i col·laboració es faci amb les màxims garanties d'èxit per tal que la inversió sigui rendibilitzada i la innovació tecnològica implantada potenciant la capacitat innovadora com a instrument per a esdevenir més competitiu. Des dels serveis tècnics de la Cambra de Comerç de Lleida tenim els ulls ben oberts a detectar les noves tendències i oportunitats que el món de la recerca obre de la mà d'*start-ups*, però alhora diagnosticar correctament quins són els principals reptes d'innovació per a cadascuna de les empreses interessades en prendre part en aquesta proposta. Un projecte d'emprenedoria corporativa que vol anar més enllà del que és la demarcació de Lleida, ja que conjuntament amb altres entitats i institucions es treballarà per localitzar les diferents *start-ups* amb la finalitat de casar l'oferta i la demanda.

Sumar-se a l'emprenedoria corporativa és pensar en clau de futur i desenvolupar projectes col·laboratius impulsar el creixement sostingut de les nostres empreses.

Esther Garcia
Tècnica d'innovació de la Cambra de Comerç, Indústria i Serveis de Lleida

## EL COMERÇ. QUAN LES OBVIETATS NO SÓN TAN OBVIES (22 de novembre)

L'experiència en l'assessorament a les Pimes comercials que fem de la Cambra de Comerç, Indústria i Serveis de Lleida posa cada dia de manifest que hi ha uns supòsits o d'obvietats que per evidents que siguin resulta que no ho són tant. Hem volgut aprofitar aquest espai per a ajudar a prendre consciència d'aquesta realitat que reduït a nou situacions comuns.

La primera obvietat és la necessitat que té l'empresa de **fixar-se objectius a curt i a llarg termini** (per exemple l'objectiu de vendes). És un fet contrastat que si tenim un objectiu fixat ens atansarem més a la meta que si no el tenim ni quantificat. Només amb aquesta planificació estratègica es podran decidir després les campanyes de comunicació o de vendes... i això que tothom té tan clar, resulta que és el que més es troba a faltar en l'empresa comercial. No tenir uns objectius definits fa que tampoc es creïn les **estratègies per aconseguir-los** i, per tant, aquestes empreses sempre queden per sota de la endibilitat que podrien aconseguir.

La segona obvietat és que moltes empreses no paren atenció a la importància de **sentir-se còmodes** amb el seu **programa de gestió** ja que serà l'eina que els ajudarà **a reflexionar i treure conclusions de cap on va el seu negoci**. Conèixer els productes són que donen més benefici, els que tenen més rotació, els que aporten més marge, o els que fan tot el contrari vol dir **dedicar un temps a analitzar les dades i a interpretar-les correctament** per tal que ens ajudin a decidir encertadament sobre el nostre negoci. Potser haurem de deixar de vendre això o allò, però sinó ens ho preguntem mai tindrem una empresa que resultarà de la rutina enlloc de la lògica empresarial.

Una tercera obvietat que es troba a faltar és la **racionalitat en la distribució de l'espai comercial**, és a dir, com la superfície de venda està organitzada. El que té sentit és que la secció que representa el 50% dels meus beneficis ocupi el 50% de la superfície i no el 10%, però són ben pocs els comerços que es fan aquesta pregunta tan bàsica.

La quarta obvietat és que **un empresari ha de fer d'empresari**, i això vol dir, gestionar el negoci d'acord als missatges que rep del mercat. Hi ha moltes les empreses on l'empresari fa d'encarregat, de venedor,... i no dedica ni una hora a la setmana a pensar sobre la vigència del seu model de negoci o a com millorar-lo... Un empresari pren decisions contínuament i, per fer-ho bé, ha de dedicar temps a la reflexió i a l'anàlisi de la informació de què disposa.

Una cinquena obvietat és que **tothom ha de tenir molt clar el que s'espera de cadascú**. Molts empresaris creuen que els treballadors ja saben que s'espera d'ells i a l'inrevés. Esforçar-se en comunicar aquestes expectatives, és senzill i resoldria molts problemes diaris. Una comunicació fluïda entre els equips de treball és clau per a que la gent se senti valorada i motivada per assolir els objectius fixats.

La sisena obvietat fa referència a l'atansament a la regla màgica **Comprar, Vendre, Cobrar i Pagar** per aquest ordre. La empresa que ho aconsegueix pot invertir, renovar, pintar, etc.. Un comerç no és un banc, cal aconseguir que ens financin i no ser qui finança.

Arribem a la setena obvietat: l'empresa ha d'invertir en la seva imatge contínuament perquè **és el que ven**. Cal conscienciar-nos que venem molt més que productes, venem experiències, confiança... un valor afegit que és la raó de ser escollit entre la resta d'opcions. Els adjectius que em defineixen com a negoci són els que l'empresari i cada membre de la plantilla ha de tenir clars.

La vuitena obvietat es planteja en forma de pregunta. **El meu comerç resol una necessitat del client o crea necessitats?** És a dir, el client ve perquè necessita el que venc, o sóc capaç de crear-li la necessitat suficient per a que entri a casa meva? Com més bé fa les coses un comerç més s'incrementen ambdós percentatges.

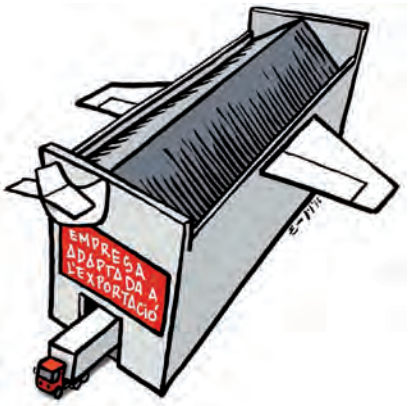
Si només podem respondre a una de les dues preguntes és que hi ha molt marge de millora. I finalment, la novena obvietat és tan simple com important. El grau de **simpatia sincera** que es respira en la botiga és directament proporcional al grau de satisfacció del client i per tant als índexs de retorn i de fidelització, que tan buscats van per l'empresa comercial.

Com es pot veure no es tracta de fer grans despeses en estudis costosos. Es tracta de pensar en com fem les coses en el nostre dia a dia i, poc a poc, procurar millorar-les i consolidar els canvis. Des de la Cambra de Comerç, Indústria i Serveis de Lleida convidem a les empreses del comerç a realitzar aquest procés d'autoavaluació. El punt de partida podria començar per plantejar-se si aquestes nou obvietats estan resoltes a casa vostra. Si la resposta és sí, enhorabona per la feina ben feta. Si la resposta és no, us convidem a utilitzar els servei d'assessorament comercial que posem al vostre abast.

Blanca Siurana
Responsable de l'àrea de comerç i competitivitat de la Cambra de Comerç, Indústria i Serveis de Lleida

## INTERNACIONALITZAR SÍ, PERÒ A CONSCIÈNCIA (22 de desembre)

Ja fa uns anys que des d'institucions i entitats es veu la internacionalització com la solució miraculosa als mals de les empreses. Tant se val si són conjunturals o no, vendre a d'altres països sembla ser que ens ha d'arreglar totes les mancances i limitacions que puguem tenir. És cert que des del 2010, les exportacions espanyoles han crescut prop d'un 60%, i que el nombre d'empreses exportadores s'han incrementat en un 19%. També ho és que les firmes que s'internacionalitzen veuen com la seva facturació depèn cada vegada menys del mercat intern, ja que al estar presents en un major nombre de mercats, el risc de col·lapse es reparteix i es minimitza. Dit això, competir en altres mercats, amb empreses conscients del que suposa la internacionalització, suposa una major competitivitat i sovint en un menor interès per uns mercats interiors que com l'espanyol han estat plans -per no dir desapareguts- els darrers anys de crisi. Però que una empresa s'internacionalitzi no és només una qüestió de voluntat, i un dels errors més freqüents és pensar que és molt més senzill del que realment és. I tot i les esmentades arengues a exportar, encara n'hi ha que s'hi posen massa tard.




El procés d'internacionalització és llarg i cal tenir ben presents certs factors. En primer lloc, l'empresa ha d'estar predisposada a **fer canvis**. És possible que el producte o servei que comercialitza s'hagi d'adaptar al mercat al que s'adreça, ja que els gustos i les demandes dels consumidors, però també la manera com treballa un o altre mercat poden no ser els mateixos que els que tenen els clients actuals. A això, cal afegir-hi les condicions de transport amb les que ha de conviure el producte o el punt de venda on es comercialitzarà per citar-ne dos de puntuals.

**Els recursos humans**. Aconseguir internacionalitzar una empresa implica que aquesta ha de disposar de personal format no només en el producte sinó també en d'altres habilitats, com el domini dels idiomes. Parlar diferents llengües és condició innegociable per a posicionar-se en un mercat que no sigui de parla hispana. Un domini que va molt més enllà de la persona que desenvoluparà i tancarà les relacions amb els mercats internacionals. Afecta a totes aquelles persones que poden tenir contacte amb clients o documents de l'operativa del comerç exterior: des de l'atenció telefònica a l'àrea de logística, passant pel departament financer i el servei postvenda. En totes hi ha d'haver persona capacitada per interaccionar en una altra llengua. I, cal afegir-hi encara la necessitat de reciclatge permanent per tal de conèixer les eines, documents i protocols que regeixen el comerç exterior.

**La comunicació**. Moltes empreses pensen, erròniament, que els seus clients ja les coneixen i per tant relativitzen el fet de disposar d'un lloc web multilingüe, amb una bona presentació corporativa, catàlegs en diferents idiomes, o una imatge de marca coherent. Una empresa que s'inicia en la internacionalització s'adreça a firmes que no tenen cap referència d'ella, i per tant el primer contacte serà clau perquè la relació flueixi. Una comunicació que és l'avantsala de la taula de reunions, l'enviament de mostres o d'un pressupost concret. Les primeres empreses amb les que s'establirà contacte seran les que resulten més atractives per a qui exporta, i això sovint suposa que són també les que reben més i millors propostes de col·laboració.

**La paciència**. Sovint, decidir internacionalitzar-se ve donat més per una necessitat imperiosa d'elevar la facturació que no per una decisió estratègica que busca resultats sostinguts a llarg termini. Hi ha una norma no escrita que diu que per aconseguir un nou client internacional es necessita el doble de temps que el que es destina a fer-ne un al mercat habitual. Aquesta dada encaixa amb el que l'experiència ens ha demostrat a la Cambra de Lleida. D'acord amb aquestes dades, el temps necessari per obtenir resultats consistents als mercats exteriors se situa de mitjana en dos anys.

**La capacitat d'inversió**. A finals de 2015 és impossible esperar fer nous clients internacionals sense invertir. La participació o visita a fires internacionals, els viatges de prospecció, les campanyes promocionals, un assessorament personalitzat, o les adaptacions comercials demanen d'uns recursos econòmics per fer front a l'expansió amb cert èxit. Ara que tot sembla apuntar que el mercat intern es comença a recuperar, cal no deixar caure en l'oblit les ambicions expansionistes de trobar nous mercats a l'exterior. L'estratègia empresarial ha de passar per davant de la conjuntura econòmica. Aprendre dels errors vol dir, no deixar el que s'ha començat per quan tornin a anar maldades. Tenir en compte aquestes recomanacions ajudarà a maximitzar les opcions d'èxit. I per donar-vos suport i acompanyar-vos, compteu amb la Cambra de Comerç, Indústria i Serveis de Lleida.

Jordi Quejido
Director del Departament d'Internacional de la Cambra de Comerç, Indústria i Serveis de Lleida

# 4 àrea d'internacionalització

## INTRODUCCIÓ

La internacionalització de les empreses de Lleida esdevé un dels objectius prioritaris de la nostra institució. Amb l'objectiu de contribuir a aquest fi són diversos els instruments que posem a disposició de les empreses lleidatanes a fi d'aconseguir una major internacionalització.

És en aquest sentit que a nivell de comunitat autònoma es va constituir el *PAIC (Pla d'acció Internacional)*, que pretén ser una guia dels serveis que, en matèria d'internacionalització, les Cambres de Comerç posen a disposició de les empreses, a més d'un instrument de coordinació amb d'altres administracions que treballen en favor d'aquest procés.

Aquest pla permet que cada Cambra de Comerç, Indústria i Serveis determini quines seran les seves actuacions prioritàries en favor de la internacionalització i així comercialitzar-les conjuntament a través de la pàgina web www.paicambres.org.

L'estructura actual dels serveis del Departament d'internacionalització de la Cambra Oficial de Comerç i Indústria de Lleida doncs, segueix les línies següents:

- **Informació i assessorament**
- **Promoció exterior**
- **Iniciació a la internacionalització**
- **Jornades**

En els apartats següents passem a analitzar les diferents activitats de promoció exterior realitzades en el decurs de l'any 2015, tot avançant que s'ha realitzat una acció de promoció internacional al Japó amb la participació total de 45 empreses i s'ha prestat el servei d'informació i assessorament a totes aquelles empreses importadores i exportadores de Lleida que ho han requerit.

Així mateix hem de destacar el **servei d'Iniciació a la Internacionalització** que aquest any al departament de Comerç Internacional conjuntament amb ACC10 hem continuat posant a l'abast d'empreses que veuen la internacionalització com un camí per créixer.

El programa té com a objectiu oferir solucions personalitzades que es concreten en les figures clau de l'Assessor d'Internacionalització, Assessor de Màrqueting Digital i Tècnic en comerç exterior. Tres professionals que posen al servei de les empreses participants coneixement i experiència per garantir el seu èxit internacional.

# PROMOCIÓ EXTERIOR

En aquesta àrea de treball, la Cambra de Comerç de Lleida, mitjançant l'organització de diferents tipus de trobades empresarials, facilita que les empreses exportadores de Lleida puguin conèixer de forma més directa, els importadors potencials dels seus productes a l'estranger.

Un dels principals objectius de la Cambra de Comerç de Lleida és potenciar la internacionalització de les empreses lleidatanes. Amb aquesta voluntat, posem a disposició de l'empresariat un ampli ventall d'eines que facilitin al màxim el seu procés d'expansió, tant pel que fa a la potenciació de les exportacions com als projectes d'implantació i inversió a l'exterior.

Aquest any 2015 la Cambra de Lleida va col·laborar amb la Fira de Borges en la organització d'una Missió comercial on es van convidar importadors d'Oli de Suïssa entre els quals hi havia importants Restaurants amb estrelles Michelin. També vàrem rebre i acompanyar durant el seu viatge comercial a un grup d'empresaris de Crimea que volien conèixer empreses exportadores d'oli de la zona de les Garrigues. D'altra banda, del 9 al 13 de febrer es va realitzar una missió comercial inversa d'importadors procedents de Japó, acció en la qual hi van participar 32 empreses nacionals i 13 d'estrangeres.

Complementàriament, s'ha donat informació de les activitats de promoció internacional que han realitzat la resta de Cambres de Comerç Catalanes, facilitant d'aquesta manera que les nostres empreses poguessin participar en aquelles accions que els fossin de més interès.

## MISSIONS INVERSES

### MISSIÓ COMERCIAL INVERSA DEL JAPÓ

**Data de realització:**
Del 9 al 13 de febrer de 2015

Moments de la missió comercial inversa del Japó.

## EMPRESES PARTICIPANTS NACIONALS

| Empresa | Sector | Producte |
|---|---|---|
| BODEGAS VINÍCOLA REAL | Vins i caves | Vi |
| AXIAL GLOBALIZACIÓN DE VINOS | Vins i caves | Vi |
| CELLER SORT DEL CASTELL | Vins i caves | Vermut i sangria |
| MAS BLANCH JOVÉ, SLU. | Vins i Caves | Vi |
| BODEGAS BOCOPA | Vins i caves | Vi |
| BODEGAS COSTERS DEL SIÓ | Vins i caves | Vins |
| JANÉ VENTURA S.A. | Vins i caves | Vi |
| GRANDES VINOS Y VIÑEDOS S.A. | Vins i caves | Vi |
| CAVAS RECAREDO | Vins i caves | Cava |
| PEP WINES EXPORT | Vins i caves | Vi i cava |
| CELLER JORDI LLUCH | Vins i caves | Vi i cava |
| BODEGAS DE MEDIEVO | Vins i caves | Vi |
| UNIÓ CORPORACIÓ ALIMENTÀRIA SCCL | Vins i caves | Vi i oli |
| CELLER MAS DOIX | Vins i caves | Vi |
| BODEGAS ESTEBAN MARTIN S.L. | Vins i caves | Vi |
| FERRER TRADICIONAL S.A. | Alimentació | Sopes i conserves |
| PUJADO SOLANO S.A. | Alimentació | Conserves |
| BODEGAS GOMEZ DE SEGURA IBAÑEZ S.L. | Vins i caves | Vi |
| PETXINA EXPORTA S.L. | Vins i caves | Vi i cava |
| MARCO ABELLA S.L. | Vins i caves | Vins |
| BODEGAS MOCÉN | Vins i caves | Vins |
| FOODIX | Vins i caves | Vins i sidra |
| RICARD ZAMORA ISANDA (AUTÒNOM) | Vins i caves | Vins |
| TOMÀS CUSINÉ S.L. / CASTELL DEL REMEI | Vins i caves | Vi |
| GENIUM CELLER S.L. | Vins i caves | Vi |
| MONT MARÇAL VINICOLA S.A. | Vins i caves | Cava |
| ROQUETA ORIGEN S.L. | Vins i caves | Vi |
| PARATÓ VINÍCOLA S.L. | Vins i caves | Vins i caves |
| GRUP PONS / CLOS PONS | Vins i caves | Vi |
| EXCELLING WINES | Vins i alimentació | Vi i oli |
| LA GRAVERA | Vins i caves | Vins |
| CELLER SANT ANTONI | Vins i caves | Vins i caves |

## EMPRESES PARTICIPANTS ESTRANGERES

| Empresa | Nom |
|---|---|
| DHC CORPORATION | Ayako Aoki |
| LA MANGA CORPORATION | Makoto Hatta |
| VIDEO INFORMATION CENTER INC. | Yoko Nakatsuka |
| AGRI CORPORATION | Tetsuko Takahashi |
| HALOWS | Sawa Tanaka |
| SMILE CORPORATION | Mariko Ishii |
| TOKUOKA CO., LTD | Naoya Amano |
| WINE PRESS INTERNATIONAL CO., LTD | Harumi Tsuji |
| T.G.A. INT. COMMERCE BUSINESS | Jesús Inigo Guerrero Molina |
| FIRST TRADING CO., LTD | Osamu Yamamoto |
| NISSEI SHOJI CO. | Kyoichi Seki |
| WINE CURATION | Miki Takemura |
| VINOTHÉQUE CO., LTD | Tomoko Ebisawa |

Aquesta missió comercial fou organitzada amb la col·laboració de la Consultora Argos encarregada de la selecció de les empreses importadores de productes Gourmet i vins potencialment interessades en mantenir reunions amb productors i exportadors catalans.

El Japó amb una població de 127 milions d'habitants i uns nivells de consum i de poder adquisitiu dels més elevats del món, Japó esdevé un mercat de grans oportunitats per al sector d'alimentació i vins.

Després de l'estancament del consum de vi que va viure Japó fa uns anys, l'any 2010 es va produir una forta recuperació en el volum d'importacions gràcies a la fortalesa del ien i a l'entrada en el mercat de vins de qualitat a preus baixos. Aquesta tendència a l'alça va continuar en els anys 2011, 2012 i 2013, pel que alguns pensen que assistim al setè boom del vi al mercat japonès.

En els últims 11 anys el vi espanyol ha anat guanyant quota de mercat a altres països i actualment Espanya se situa en quarta posició després de França, Itàlia i Xile. El creixent interès per la gastronomia espanyola i la dieta mediterrània que viu un creixement similar al que va tenir la cuina italiana anteriorment són alguns dels motius d'aquest creixement. En els últims temps l'obertura de bars i restaurants espanyols per tot el país ha estat una constant. Això ha fet que hi hagi un creixent nombre d'importadors de petita escala que distribueixen a aquests establiments vi espanyol, així com aliments. Així mateix, els grans distribuïdors estan responent revisant les seves carteres de productes. A tall d'exemple, l'any 2012 les vendes de vins espanyols en el sector horeca van augmentar un 20%.

Al mateix temps que els "Spain bars" es posen de moda, la cuina espanyola ha entrat a les llars nipones gràcies a revistes de gastronomia que recullen articles sobre cuiners com Ferran Adrià i Carme Ruscalleda.

Amb els productes alimentaris de qualitat succeeix quelcom semblat, i any rere any la seva demanda continua creixent. De fet l'evolució de les importacions de producte espanyol ja assoleix els 350 milions d'euros, havent-se duplicat en només quatre anys.

Avantatges:

- Creixement econòmic real del 1.9% del PIB el 2013.
- Mercat que depèn molt de les importacions (70% de l'oferta total del vi al Japó). Tenen un tipus de canvi favorable per les importacions.
- La producció de vi espanyol està ben orientada tant al consum domèstic de preu mitjà-baix com al consum gourmet de preus més elevats.
- Gran augment del consum de vins i productes gourmet.
- Augment de la quantitat de bars i restaurants d'estil espanyol al Japó. Interés per la gastronomia mediterrània.

- Bona percepció del producte espanyol.
- Partner especialista en vins.

Inconvenients:

- La distància.
- No són begudes típiques de la zona.
- Població envellida i afectada en els darrers anys per una consecució de crisis.
- Mercat complicat i exigent a l'hora de negociar.
- Davallada de cotització del yen des del canvi de govern l'any 2012.

Per aquest motiu, des de la Cambra vam decidir convidar a un grup de 12 importadors Japonesos mes 1 periodista especialitzada en sector gourmet i vins amb l'objectiu d'incrementar la presència de productes catalans en aquest mercat.

Aprofitant la celebració d'aquesta Missió Comercial anomenada IV INTERNATIONAL GOURMET & WINES BUSINESS MEETINGS es va celebrar una conferencia la qual ja expliquem amb més detalls dins de l'apartat de Jornades d'aquesta Memòria 2015.

# INFORMACIÓ I ASSESSORAMENT

## INFORMACIÓ EN COMERÇ INTERNACIONAL

La informació i l'assessorament especialitzat esdevenen cada cop més factors claus en el camí de la internacionalització. Conèixer les característiques dels nostres mercats objectiu, les dificultats que ens podem trobar i informació comercial/sectorial de primera mà, són necessitats prioritàries per a la consecució dels nostres objectius empresarials.

Dins d'aquesta àrea, el que pretenem és donar resposta a totes aquelles consultes que les empreses exportadores es plantegen, a més d'esvair dubtes de la manera més acurada possible; és per aquesta raó que disposem de diferents fonts d'informació a l'abast de les empreses lleidatanes com:

- Bases de dades d'informació comercial i directoris d'empreses de pràcticament tots els països.
- Base de dades d'informació de qualsevol sector en qualsevol país.
- Servei de recerca d'informació legal d'àmbit comunitari (programa European Enterprise Network).
- Informació aranzelària i fiscal a la importació (Bases de dades TARIC).
- Informació sobre tràmits d'exportació.
- Un ampli fons bibliogràfic que recull informació sobre països i possibilitats comercials per a diferents sectors.
- Accés a múltiples fonts d'informació especialitzada en comerç internacional disponible a la nostra web.

Complementàriament a la resolució de consultes que les empreses ens venen plantejant, el departament de comerç internacional compta amb altres instruments que tenen com a objectiu mantenir als nostres exportadors informats en tots aquells temes que fan referència al comerç internacional i a les diferents accions de promoció internacional.

Addicionalment el departament de comerç internacional de la Cambra Oficial de Comerç i Indústria de Lleida fa un seguiment mensual de la *Balança Comercial de Lleida*, elaborant-ne al final de cada exercici un estudi valoratiu, que pel que fa a l'any 2015 podem resumir breument en els següents punts:

1. Tenint en compte les dades definitives publicades pel Departament de Duanes i Impostos Especials fins el mes d'octubre i les previsions dels últims dos mesos dels serveis tècnics de la Cambra, l'any 2015 la *Balança Comercial de Lleida* torna a recuperar la seva tendència ascendent després del fre de l'any 2014, i ***bat el seu màxim històric arribant el total d'intercanvis comercials internacionals als 2.763,97 milions d'euros***, amb un augment de 251,08 milions d'euros respecte l'any precedent, suposant un creixement del 9,99% respecte el 2014. D'aquesta manera, ***es posa de manifest la importància que té la internacionalització per les empreses de Lleida***.

2. ***Les exportacions de Lleida han arribat als 1.850 milions d'euros. Això significa un incre-***

***ment del 8,76%*** respecte l'any 2014.

3. ***Les mitjanes d'increment de les exportacions catalanes i espanyoles han estat del 5,74% i del 3,63% respectivament***.

4. ***Les importacions també han augmentat. Concretament un 12,58%*** amb un valor total de 914.41 milions d'euros.

5. ***La Balança Comercial segueix sent positiva amb un superàvit de 935,15 milions d'euros, mentre que les Balances de Catalunya i Espanya són deficitàries.*** Les exportacions doblen les importacions.

6. ***El nombre d'empreses exportadores regulars ha augmentat***, passant de 741 a 778. Es considera que una empresa és exportadora regular quan realitza vendes internacionals durant els últims 4 anys.

7. Geogràficament, ***el principal destí de les exportacions de Lleida continua sent els països de la Unió Europea*** (on s'hi exporta un 63,33% del total). Segueixen a la Unió Europea com a destins de les exportacions de Lleida els països del continent asiàtic amb un 13,62%, el continent americà amb un 9,18%, Àfrica amb un 7,87%, els països de la resta d'Europa amb un 5,74%, i Oceania amb un 0,53%.

8. ***Els principals països d'exportació són França (20,76%), Alemanya (10,73%), Itàlia (7,69%) i Regne Unit (4,26%) dins de la Unió Europea i Emirats Àrabs Units (5,76%), Andorra (3,59%), Estats Units (2,40%), i Guinea Equatorial (2,34%) com a països no comunitaris.***

9. Les principals variacions de les exportacions han estat en els següents països:

   - France: Les vendes a França s'han incrementat un 16,41% per diversos motius. D'una banda, les expedicions de fruita d'os han augmentat en 11,82 milions d'euros. En aquest sentit és interessant destacar que aquest augment ve donat tant per un increment de les tones de fruita venuda com també pel seu preu. Mentre l'any 2014 el preu mig de la fruita d'os va ser de 0,68€, en aquest 2015 ha estat de 0,74€. Per altra banda, també han crescut les vendes d'oli d'oliva. Concretament ho han fet en 18,5 milions d'euros, mentre que les de sucs de fruita han augmentat en 7,36 milions d'euros.

   - Alemanya: Les vendes a Alemanya s'han incrementat un 15,89% per diversos motius. D'una banda, les expedicions de fruita d'os han augmentat en 9,96 milions d'euros. Igual que en el cas de França l'augment ve donat tant per un increment de tones de fruita venuda com també pel seu preu. Mentre l'any 2014 el preu mig de la fruita d'os va ser de 0,74€, en aquest 2015 ha estat de 0,81€. Per altra banda, també han crescut les vendes d'alimentació per mascotes (+22,39%) i les de sucs de fruita (+66,76%).

   - Emirats Àrabs Units: Les exportacions a Emirats Àrabs Units han augmentat un 17,26% degut a que les exportacions d'alfals han passat de 67,20 milions d'euros l'any 2014 als 79,08 d'aquest 2015.

   - Lituània: Les vendes a Lituània han augmentat un 163,12% degut a l'increment de les vendes de fruita d'os, les quals han passat de ser de 12,56 milions d'euros l'any 2014 als 33,06 milions d'aquest 2015.

   - Líbia: Les exportacions a aquest país han augmentat un 221,36%, creixement motivat per les exportacions d'animals vius. Concretament s'ha passat de 3,45 milions d'euros en bovins i 3,04 milions d'euros en ovins de l'any 2014, a 13,53 milions d'euros en bovins i 14,51 milions en ovins aquest 2015.

   - Xina: l'augment de les exportacions a Xina ha vingut donat per l'important creixement de les vendes d'alfals, les quals han passat de ser d'1,95 milions d'euros l'any 2014 a 16,30 milions aquest 2015. Aquest fet s'explica perquè aquesta ha estat la primera campanya sencera des que es van autoritzar les importacions d'alfals per part de les autoritats xineses.

   - Rússia: En aquest cas hi ha hagut una davallada important de les exportacions. Concretament s'han reduït un 77,66%. Com s'ha detallat més amunt, el factor que ha provocat aquesta caiguda és el vet imposat per les autoritats russes a la fruita originària de la Unió Europea. Tot i que aquest fet ja va afectar a la balança comercial de l'any 2014, s'ha fet notar molt més l'any 2015, ja que el vet va ser declarat el mes d'agost de 2014. Per tant, mentre que en l'any 2014 es van poder realitzar exportacions fins el mes d'agost, aquest 2015 no s'ha fet cap operació. A nivell quantitatiu, l'any 2014 es van realitzar vendes de fruita d'os per valor de 29,71 milions d'euros i aquest 2015 han estat inexistents.

- Letònia: Es tracta d'un cas molt similar al de Lituània. Les vendes a aquest mercat han augmentat un 169,89% degut a l'increment de les vendes de fruita d'os, les quals han passat de ser de 2,09 milions d'euros l'any 2014 als 7,46 milions d'aquest 2015.

### Rànquing de productes exportats

| EXPORTACIONS | ANY 2015 | ANY 2014 | VARIACIÓ |
|---|---|---|---|
| 1. Fruita fresca | 316,93 | 308,99 | +2,57% |
| 2. Oli d'oliva | 183,32 | 167,21 | +9,63% |
| 3. Productes carnis | 130,58 | 131,24 | -0,50% |
| 4. Farratges | 110,41 | 86,30 | +27,94% |
| 5. Sucs de fruita | 53,25 | 41,18 | +29,30% |
| 6. Cervesa | 46,45 | 44,45 | +4,50% |
| 7. Margarines i altres olis vegetals | 46,22 | 36,58 | +26,35% |
| 8. Paper i cartró | 43,76 | 43,19 | +1,32% |
| 9. Productes siderúrgics | 31,16 | 31,67 | -1,63% |
| 10. Aparells d'il·luminació | 30,58 | 23,65 | +29,31% |
| 11. Equipament i maquinària agrícola | 28,48 | 25,96 | +9,70% |
| 12. Fruita seca | 27,78 | 28,02 | -0,86% |
| 13. Alimentació animals de companyia | 27,33 | 22,27 | +22,74% |
| 14. Conserves de fruita | 27,08 | 29,39 | -7,86% |
| 15. Bovins vius | 25,22 | 11,96 | +110,88% |
| ***Subtotal*** | ***1.128,55*** | ***1.032,06*** | |
| Altres | 451,01 | 406,36 | |
| ***Total*** | ***1.579,56*** | ***1.438,42*** | |

** Dades gener - octubre. Xifres en milions d'euros.*

## ASSESSORAMENT PERSONALITZAT

Cada cop són més les empreses que requereixen d'un assessorament especialitzat en el camp del comerç internacional. Igualment, cada cop és més variada la temàtica de les consultes essent més difícil realitzar una descripció de totes elles, si bé les més habituals són:

- Comerç Intracomunitari.
- Tràmits duaners amb tercers països.
- Tràmits administratius relacionats amb la compravenda internacional.
- Incoterms i logística.
- Requisits d'accés a mercats exteriors.
- Contractació internacional.
- Fiscalitat aplicable a les compres / vendes intracomunitàries i a les exportacions / importacions.
- Informació aranzelària.
- Inversions a l'estranger.
- Ajuts a la promoció internacional.

# INICIACIÓ A LA INTERNACIONALITZACIÓ

Durant el transcurs del passat 2015 el Departament de Comerç Internacional ha continuat oferint diferents serveis per a la internacionalització a les empreses amb voluntat exportadora.

Mitjançant el programa d'Iniciació a l'Exportació **Empresa Exporta** oferim a les empreses les eines bàsiques per definir i executar la seva estratègia d'internacionalització.

Durant l'any 2015 un total de 5 empreses amb la voluntat d'avançar en el seu procés d'internacionalització han confiat amb el **programa de Consolidació de l'Exportació**, el qual els permetrà amb l'ajuda d'un tècnic especialitzar en comerç exterior tenir les eines de gestió i de comerç internacional més idònies per a obrir-se a l'exterior, executar les actuacions definides en un Pla de Promoció Internacional definit prèviament i tenir assessorament en l'execució i adaptació de la seva pròpia estratègia d'actuació als diferents mercats.

També 3 empreses es van beneficiar del programa de **Diagnosis internacionals** on els hem proporcionat diversos instruments que els ajudaran a afrontar les primeres fases de l'activitat internacional.

I unes altres 8 empreses s'han adherit al programa **Empresa Exporta** i han realitzat la Fase I, i un total de 9 empreses han realitzat la Fase II d'aquest mateix programa. Amb aquest programa, l'empresa ha posat en pràctica les accions i estratègies identificades en el seu Pla de Promoció Internacional amb l'objectiu de començar a exportar.

El programa s'ha dut a terme per assessors experts en internacionalització i màrqueting digital i tècnics de comerç exteriors, tots ells externs a l'empresa i amb l'estreta col·laboració de l'equip directiu de l'empresa.

# ALTRES SERVEIS PER A L'EXPORTADOR

A banda dels serveis anteriorment detallats, posem a disposició de les empreses exportadores altres serveis personalitzats focalitzats en dues línies:

1. Serveis de prospecció de mercats.
2. Altres serveis de suport a l'exportador

## 1. SERVEIS DE PROSPECCIÓ DE MERCATS

En aquesta línia de treball posem a disposició de les empreses tres tipus diferents de serveis que permeten a les empreses escollir els mercats més adequats i actuar-hi amb eficiència.

### IDENTIFICACIÓ DE CONTACTES INTERNACIONALS

Servei que mitjançant el nostre accés a bases de dades internacionals facilita a l'empresa un llistat actualitzat d'empreses que compleixen amb els requisits establerts per l'exportador a qualsevol país del món.

Durant l'any 2015, hi va haver unes 7 empreses que ens varen sol·licitar aquets servei de bases de dades internacionals.

### AGENDES PERSONALITZADES DE PROSPECCIÓ DE MERCATS

Des de la Cambra assegurem una identificació de clients potencials (agents, distribuïdors, compradors directes, etc...) que s'ajusten al perfil requerit per l'empresa participant i l'elaboració d'un programa d'entrevistes que l'empresa seguirà durant el seu desplaçament al país objectiu. Posteriorment, la Cambra informa l'empresa interessada de la valoració del col·laborador per formalitzar o excloure l'inscripció.

Un total de 9 empreses van sol·licitar aquest servei el passat 2015.

## 2. ALTRES SERVEIS DE SUPORT A L'EXPORTADOR

Es tracta de serveis que tenen com a principal objectiu facilitar certes tasques que son burocràtiques o que suposen una gran inversió de temps a les empreses.

### TRAMITACIÓ INTEGRAL DE DOCUMENTS D'EXPORTACIÓ

Amb el servei "**Tramitació integral de Documents per a l'exportació**" la Cambra assessora l'exportador sobre els tràmits documentals que ha de dur a terme en cada exportació, i s'encarrega de la legalització en els diferents organismes corresponents.

Són 13 les empreses que de forma regular utilitzen aquest servei.

### RECOBRAMENT INTERNACIONAL D'IMPAGATS

El servei de "**Recobrament Internacional d'Impagats**" és una opció de cobrament prèvia a la via judicial. Mitjançant una investigació preliminar sobre l'empresa deutora i a través d'una xarxa internacional d'agents de cobrament que es personen a les instal·lacions dels deutors, es duen a terme gestions de recobrament tenint en compte la legislació d'ambdós països. Aquest servei garanteix resultats a l'empresa exportadora degut a què el nostre benefici depèn de l'èxit de l'operació.

Durant l'any 2015 s'ha continuat les gestions de recobrament de 8 expedients.

### TRADUCCIONS I INTERPRETACIONS

La Cambra ofereix un servei de traducció i interpretació, per tal de proporcionar a les empreses una eina que els faciliti la interlocució i la interrelació amb empreses i clients d'altres zones geogràfiques.

Depenent de les necessitats de cada client oferim traduccions de qualsevol tipus de documents, traduccions jurades de documents oficials i un servei d'intèrprets en qualsevol idioma.

Durant el transcurs de l'any 2015 un total de quinze empreses van sol·licitar el servei de traduccions i interpretacions.

# JORNADES INFORMATIVES COMERÇ INTERNACIONAL

Una de les prioritats de la Cambra Oficial de Comerç i Indústria de Lleida és la formació empresarial. Com no podia ser una excepció des del departament de Comerç Internacional hem desenvolupat en el decurs de l'any 2015, un seguit d'activitats informatives amb l'objectiu de contribuir a la millora continua dels departaments d'internacionalització de les empreses de Lleida.

Fruit d'aquest esforç hem dut a terme 4 Sessions informatives que han comptat amb l'assistència de 86 persones.

A continuació realitzem una presentació més acurada d'aquestes activitats:

## SESSIÓ: JORNADA DELS MERCATS ASIÀTICS

**Data: 10 de febrer**

Jornada on es van tractar les oportunitats per a les pimes als mercats asiàtics i també es varen exposar casos d'èxit d'empreses Catalanes dins el mercat Xinès.

Jornada del Mercat Asiàtic.

**Programa:**

09.00 h: Inauguració de les Jornades
*Sr. Joan H. Simó i Burgués*, President de la Cambra Oficial de Comerç i Indústria de Lleida.
*Sra. Rosalba Arrufat i Pedrós*, Subdirectora de Prodeca.
*Il·lm. Sr. Joan Reñé i Huguet*, President de la Diputació de Lleida.
*Il·lm. Sr. Àngel Ros i Domingo*, Alcalde de la ciutat de Lleida.

09.30 h: Conferència "Els mercats asiàtics: una oportunitat per les pimes de Lleida".
*Sr. Jaume Giné i Daví*, Professor Associat del Departament de Dret Públic d'ESADE Business School.

10.30 h: Coffee break.

11.00 h: Conferència "Les potencialitats del mercat Xinès".
*Sr. Pedro Nueno Iniesta*, Doctor of Business Administration per la Universitat de Harvard i Enginyer Industrial ETSII, Barcelona. President de la CEIBS (China Europe International Business School - Shangai).

12.30 h: Taula rodona "Experiències d'èxit en mercats asiàtics".
Participants:
*Cacao Sampaka, S.L.* - Sr. Jordi Figueras, Export Manager.
*Patel, S.A.U. (Grup Vall Companys)*, Sr. Kiko Abenia, Export Manager.
*Blai Peris, S.L.*, Sr. Alex Peris, Gerent.
*Grup Balfegó*, Sr. Higini Hernández, Area Manager.
*Noel Alimentaria, S.A.U.*, Sr. Josep A. Buixeda, Director Executiu.
Presenta: Sra. Rosalba Arrufat i Pedros, Subdirectora de Prodeca.
Modera: Sr. Joan Cal, Director Executiu del Diari Segre.

13.30 h: Cloenda.

**Objectius:**
Dotar de la informació i eines necessàries a aquelles empreses que s'estiguin plantejant ampliar la seva àrea d'acció a mercats asiàtics, per tal que puguin detectar el seu potencial real.

**Adreçat a:**
Empreses i emprenedors interessades en obrir mercat al continent asiàtic.

Taula rodona de la Jornada del Mercat Asiàtic.

## SESSIÓ: OPORTUNITATS DE NEGOCI ALS ESTATS UNITS

**Data: 16 de juny**

Jornada on les empreses assistents varen tenir accés a la informació del mercat dels Estats Units de la mà de la directora del Centre de promoció de Negocis a Nova York, també varen exposar les oportunitats que ofereix per les empreses, les claus per fer front a la seva introducció en aquest mercat i el que s'ha de tenir en compte abans de fer-ho.

**Programa:**

12.30 h: Recepció dels assistents.

12.35 h: Benvinguda a càrrec de Sr. Jordi Quejido. Tècnic del Departament de Comerç Internacional de la Cambra de Comerç de Lleida.

12.45 h: Oportunitats als Estats Units a càrrec de la Sra. Clara Barrenche, Directora d'ACCIÓ Nova York.

13.45 h: Cloenda i ronda de preguntes.

**Objectius:**
Sensibilitzar les empreses catalanes sobre les oportunitats que presenta els Estats Units i ampliar el suport a la zona.

**Adreçat a:**
Empreses interessades amb el mercat Nord Americà.

## SESSIÓ: AUTOPISTES DEL MAR: FACTOR DE COMPETITIVITAT DEL TRANSPORT TERRESTRE

**Data: 21 d'octubre**

El Sr. Sebastiano Cirnigliaro – Responsable Comercial Short Sea Shipping de Grupo Grimaldi va venir a presentar a les empreses de Lleida el gran ventall d'oportunitats que ofereix el transport marítim i la seva combinació amb el transport terrestre.

**Programa:**

09.00 h: Benvinguda.
*Sr. Joan H. Simó Burgués,* President de la Cambra de Comerç de Lleida.

09.15 h: Ponències a càrrec de:
*Sr. Sebastiano Cirnigliaro*, Responsable Comercial Short Sea Shipping de Grupo Grimaldi.
*Sr. Juan Antonio Delgado*, Director de Estrategia y Desarrrollo de Negocio de Grupo Grimaldi.

**Objectius:**
Donar a conèixer a les empreses exportadores de Lleida i als que estan pensant en fer-ho tot un ventall de serveis que el transport marítim els pot oferir i com els poden facilitar el desplaçament de les seves mercaderies.

**Adreçat a:**
Empreses que vulguin començar a exportar o per empreses que ja ho estiguin fent.

**Sessió informativa d'Estats Units.**

## SESSIÓ: SEGURETAT A L'EXPORTACIÓ FRUCTÍCOLA. TOT SOTA CONTROL

**Data: 24 de novembre**

En aquest acte es va debatre sobre la problemàtica que, les empreses exportadores de fruites i hortalisses, troben en el desenvolupament de la seva activitat. Una de les principals preocupacions és poder comprovar "in situ" l'estat de la seva mercaderia quan arriba a destinació, per poder fer front a possibles reclamacions infundades. De la mateixa manera, preocupa, com garantir el cobrament d'aquesta mercaderia. Per això, en aquesta jornada, van presentar les seves ponències D. Ruben Cervera, Gerent de FRUIT AUDIT, empresa especialitzada en la verificació de qualitat de fruita i hortalissa, que va detallar el seu procediment d'actuació en els casos que la seva empresa és requerida. Així mateix, D. Luís Caballero, director comercial d'SOLUNION per a Espanya, ens va exposar la seva visió com a entitat asseguradora de la situació econòmica global, i posteriorment ens va detallar com una empresa d'assegurança de Crèdit, pugui recolzar l'activitat financera i comercial dels seus clients. Tot seguit, va intervenir Alfredo Pizarro, Responsable Comercial de MAPFRE, explicant la necessitat de contractar una assegurança de Transport de Mercaderies, que garanteixi les possibles incidències sorgides en el trasllat de les mercaderies a destí.

**Programa:**

10.00 h: Benvinguda i presentació.
*Sr. Ramón Badia*, Conseller Delegat de Banasegur.
*Sr. Manel Simon*, Director General de Afrucat.
*Sr. Josep Maria Rusiñol*, Vicepresident de la Cambra de Comerç de Lleida.

10.30 h: Fruit Audit - L'eina imprescindible.
*Sr. Ruben Cervera*, Gerent de Fruit Audit.

11.00 h: Assegurança de Crèdit per a litigis comercials.
*Sr. Manolo Arroyo*, Resp. Comercial Dirección Territorial de SOLUNION.

11.30 h: Coffee break.

11.45 h: Transport fructícola segur per a exportadors.
*Sr. Alfredo Pizarro,* Resp. Comercial Dirección Territorial de MAPFRE.

12.15 h: Taula rodona - Experiències exportadores.
Moderador: Sr. Manel Simon.
Ponents:
*Sr. Xavier Juvilla*, Viyefruit.
*Sr. Ruben Cervera*, Fruit Audit.
*Sr. Manolo Arroyo*, Solunion.

**Objectiu:**

Donar la informació necessària i les eines adients per a que les empreses exportadores fructícoles puguin realitzar l'enviament dels seus productes de manera segura.

**Adreçat a:**

Empreses exportadores de fruita o empreses que estiguin pensant en fer-ho.

Jornada sobre seguretat en l'exportació fructícola.

# 11ª EDICIÓ DEL CURS DE LA BORSA D'ESPECIALISTES EN COMERÇ INTERNACIONAL

DATES: del 21 de setembre al 22 d'octubre
DURADA: 100 hores
ASSISTENTS: 25 alumnes

## PROGRAMA

L'objectiu d'aquesta onzena edició del programa Borsa d'Especialistes en Comerç Internacional és doble:

- Per una banda facilitar a estudiants que hagin acabat la seva formació acadèmica, l'accés al món laboral mitjançant l'especialització en el camp del comerç internacional que s'obté en el decurs d'un programa de formació impartit per professionals de reconegut prestigi.
- Per una altra banda la creació d'una Borsa de Treball en Comerç Internacional permetrà que les empreses de Lleida disposin d'una oferta laboral especialitzada que podrà contribuir a la seva internacionalització.

## COM FUNCIONA

Després d'una etapa de selecció s'ofereix als alumnes un curs de formació en comerç internacional.

El curs analitza tots aquells aspectes que influeixen la gestió d'un departament de comerç internacional, és a dir:

- Gestió administrativa i documental de les operacions internacionals.
- Fiscalitat internacional.
- Contractació internacional.
- Mitjans de pagament.
- Marketing Internacional.
- Transport Internacional.
- Finançament Internacional.
- Instruments de foment de l'exportació.
- Fonts d'informació.

## CARACTERÍSTIQUES

### Pels estudiants

- Acreditació de domini d'una llengua estrangera.
- Possessió del títol acreditatiu conforme s'han finalitzat els estudis, ja sigui Grau, Diplomatura o Llicenciatura Universitària o Formació Professional en Branca administrativa o Comerç Internacional. S'analitzaran els currículums dels candidats que no compleixin aquest requisit.
- Veïnatge administratiu a les comarques de Lleida.

### Per les empreses

Perfil:

- Empreses no exportadores, amb motivació per iniciar la seva internacionalització.
- Empreses exportadores que desitgin consolidar i/o ampliar els seus mercats exteriors.

Clausura de la Borsa d'Especialistes en Comerç Internacional.

# 5 àrea de formació

## INTRODUCCIÓ

La importància de la formació o capacitació de personal radica en un objectiu clar: millorar els coneixements i competències de qui integra una empresa, perquè és a través de les persones, de les seves idees, dels seus projectes, de les seves capacitats i del seu treball que es desenvolupen les organitzacions. Està estudiat, analitzat i comprovat que quant major sigui el grau de formació i preparació del personal de l'empresa, major serà l'índex de productivitat.

El progrés tecnològic influeix directament i amb freqüència en els processos empresarials. Si l'organització no està en sintonia amb aquesta evolució patirà una de les conseqüències més greus: l'estancament. I avui en dia, estancar-se vol dir retrocedir i ser incapaç de competir al mercat o inhàbil per prestar, eficaç i eficientment els serveis que si dóna la nostra competència.

Des de l'àrea de formació confeccionem plans formatius semestrals, treballant totes les àrees funcionals que tenen les empreses per a l'especialització tant de directors, gerents, comandaments intermitjos així com dels treballadors en general. Aquestes àrees són:

- Àrea Econòmico-financera
- Àrea d'Innovació
- Àrea d'Idiomes
- Àrea de Comerç i Màrqueting
- Àrea de Gestió Empresarial
- Àrea TIC
- Àrea d'Habilitats Directives i Recursos Humans
- Àrea d'Internacionalització
- Àrea Laboral-Jurídic-Fiscal

Per a què tothom pugui gaudir de la formació, la presentem ens diferents formats:

- Formació presencial
- Formació virtual
- Formació a mida

En el marc de la formació, fem un lloc als workshops i a les sessions informatives que tracten temes de màxima actualitat i què ens serveixen per estar informats puntualment de les novetats del dia a dia.

Durant l'any 2015, s'han realitzat **1 Programa Directiu amb l'Escola de Negocis ESADE, 28 cursos presencials, 8 cursos del portal virtual, 14 workshops, 4 sessions informatives i 4 cursos a mida.**

# ACCIONS FORMATIVES PER ÀREES

## ÀREA ECONÒMICO FINANCERA

Conèixer els conceptes econòmics i financers, les previsions anuals de les empreses, els tancaments comptables, saber diferenciar entre rendibilitat i liquidés, saber fer la planificació econòmica i financera en la pime són les activitats organitzades durant aquest any 2015.

| NÚM. CURSOS | NÚM. HORES | ASSISTENTS |
|---|---|---|
| 2 | 14 | 31 |

Curs "Programa de Direcció".

## ÀREA DE GESTIÓ EMPRESARIAL

Si la gestió no es realitza adequadament hi ha risc de perdre l'empresa o si més no, fer que no creixi. La bona gestió pot ajudar de gran forma a l'èxit d'una empresa perquè li permetrà obtenir més i millors beneficis. El procés de planificar, organitzar, executar i avaluar una empresa, se tradueix com una necessitat per la supervivència i la competitivitat de les pimes a mig i llarg termini.

| NÚM. CURSOS | NÚM. HORES | ASSISTENTS |
|---|---|---|
| 3 | 20 | 28 |

## ÀREA D'HABILITATS DIRECTIVES I RECURSOS HUMANS

El lideratge, la capacitat per treballar en equip, la motivació vers les persones que ens envolten, la capacitat de comunicar-se amb els seus treballadors, en definitiva, reforçar les tècniques de comunicació són les prioritats que té aquesta àrea. Amb la combinació de les habilitats es podran aconseguir els resultats desitjats. Evidentment, requereixen d'un esforç personal i professional.

| NÚM. CURSOS | NÚM. HORES | ASSISTENTS |
|---|---|---|
| 3 | 46 | 17 |

Curs "Riscos emocionals".

Curs "El temps és or".

## ÀREA TIC

Les noves tecnologies són instruments potents i flexibles per a la gestió de les empreses. Són un element imprescindible i en continu desenvolupament dins de qualsevol empresa. En definitiva, són claus per l'expansió i la supervivència de les mateixes.

| NÚM. CURSOS | NÚM. HORES | ASSISTENTS |
|---|---|---|
| 6 | 34 | 45 |

Curs "Google analitycs".

Curs "Photoshop bàsic".

Curs "PREZI".

## ÀREA DE COMERCIAL I MÀRQUETING

El màrqueting és una eina necessària dins de l'empresa. Informar a través de les investigacions de mercat, analitzar el mercat mitjançant l'estudi dels perfils dels clients, observar les activitats de les empreses competidores ajudaran al desenvolupament i creixement de la pime.

La crisi econòmica aconsella tenir molt preparats als equips de comercials degut a què són els que generen el principal fluxe econòmic-financer de tota l'empresa: la venda. Per aquest motiu, es necessiten disposar d'uns equips de comercials flexibles, motivats i amb una gran capacitat d'adaptació a les exigències dels mercats.

| NÚM. CURSOS | NÚM. HORES | ASSISTENTS |
|---|---|---|
| 1 | 100 | 18 |

## ÀREA D'INTERNACIONALITZACIÓ

La formació d'aquesta àrea ha estat dissenyada per a l'adquisició de coneixements específics de les tècniques de comerç exterior. La globalització crea noves oportunitats i amenaces, i obliga a les empreses a prendre decisions d'internacionalització que requereixen una gestió de l'empresa altament qualificada per a poder aprofitar els avantatges que ofereix el comerç internacional.

| NÚM. CURSOS | NÚM. HORES | ASSISTENTS |
|---|---|---|
| 7 | 72 | 68 |

Curs "Administratius de Departament".

Curs "Incoterms".

## ÀREA D'IDIOMES

És de vital importància aprendre idiomes. Dins de l'àmbit laboral ens trobem situacions que requereixen el domini dels idiomes. Segons la consultora Randstad, el 75% dels llocs de treball adreçats a alts directius, exigeixen com a requisit indispensable el coneixement d'un segon idioma, generalment l'anglès. No només respecte a la comunicació sinó dins de l'àmbit de les telecomunicacions, el 80% de les persones, el principal idioma que dominen és l'anglès.

Els idiomes més requerits són: l'anglès, el francès i l'alemany.

| NÚM. CURSOS | NÚM. HORES | ASSISTENTS |
|---|---|---|
| 5 | 173 | 52 |

Curs de francès.

## ÀREA LABORAL-JURÍDIC-FISCAL

Partint de la base que la situació econòmica actual, cada vegada és més complexa i globalitzada, estar informat de totes les lleis, normatives que afecten al treballador i a l'empresa en el context legal, exigeix un profund coneixement i domini de dites normatives així com la capacitat d'aplicar-les correctament.

| NÚM. CURSOS | NÚM. HORES | ASSISTENTS |
|---|---|---|
| 1 | 6 | 6 |

# WORKSHOPS

A diferència d'altres tipus d'events, els workshops promouen la participació més activa dels assistents. Poden formar-se sobre un determinat tema de manera intensiva.

*Jornades patrocinades per SP ACTIVA i BANASEGUR.*

| NÚM. WORKSHOPS | NÚM. HORES | ASSISTENTS |
|---|---|---|
| 14 | 7 | 211 |

Curs "Les 5 claus de l'èxit empresarial".

Jornada "Mediació".

# SESSIONS INFORMATIVES

## NOVES COMPETÈNCIES PER A LA GESTIÓ DEL CANVI: DIGITAL EMPOWERMENT I INNOVACIÓ

DATA: 20 de febrer de 2015
DURADA: 2 hores
ASSISTENTS: 25

La gestió del canvi empresarial, imprescindible per a la supervivència a llarg termini de qualsevol empresa, requereix d'eines i competències que són a l'abast de tothom però que cal conèixer i dominar per tal de poder-les utilitzar d'una forma efectiva.

La jornada va finalitzar amb una taula d'experiències sobre l'èxit aconseguit a través de les tic en la que varen participar les empreses:

- Blackpier.com *(sastrería a medida 3.0)*
- Feeling projects
- Open Evidence

Jornada realitzada amb col·laboració de la UOC

## LA DESIGUALTAT DE GÈNERE COM A CLAU EN LA GESTIÓ DEL CANVI EN LES EMPRESES

DATA: 29 d'abril de 2015
DURADA: 2 hores
ASSISTENTS: 15

L'objectiu de la jornada va ser crear un espai de debat, reflexió i proveïment d'eines que fomenti una nova cultura de treball que impulsi les polítiques d'igualtat en els processos interns de l'empresa.

La jornada es va fer amb la col·laboració de Xavier Porta RRHH i Grupitagora.

Jornada "La desigualtat de gènere com a clan en la gestió del canvi en les empreses".

## IMPULS A LA FACTURACIÓ ELECTRÒNICA

DATA: 28 de maig de 2015
DURADA: 1.30 hores
ASSISTENTS: 39

La jornada anava adreçada a totes aquelles empreses que volien facturar a administracions públiques i a totes aquelles que encara no factura electrònicament i què volia les avantatges de generar facturació electrònica.

Jornada realitzada amb el suport:

idigital

Jornada "Impuls a la facturació electrònica".

## RONDA D'ASSESSORAMENT EN COMERÇ ELECTRÒNIC: ESTRATÈGIA D'UN COMERÇ ELECTRÒNIC

PONENT: Sr. Santiago Sánchez Devesa. Cofundador i conseller delegat de The eTailers, cofundador de FHIOS i Intelligent SEO
DATA: 8 d'octubre de 2015
DURADA: 2 hores
ASSISTENTS: 32

La jornada va estar adreçada a totes aquelles empreses que volien estar informades de les novetats en comerç electrònic o que tinguéssin l'interès de crear un comerç en línia a Internet.

Seguidament, es va realitzar el:

## TALLER DE CREACIÓ DE LA BOTIGA ON-LINE AMB OPENSHOPEN

PONENTS: Sr. Santiago Sánchez Devesa. Cofundador i conseller delegat de The eTailers, cofundador de FHIOS i Intelligent SEO
DATA: 8 d'octubre de 2015
DURADA: 3 hores
ASSISTENTS: 13

El taller va estar adreçat a totes aquelles empreses que tinguessin l'interès de crear un comerç en línia a Internet o que vulguessin ampliar la visibilitat a Internet del seu comerç.

Sessió informativa "Ronda d'assessorament en comerç electrònic: Estratègia d'un comerç electrònic".

Taller de creació de la botiga on-line amb OpenShopen.

# FORMACIÓ IN COMPANY I/O A MIDA

Des de l'àrea de formació s'ofereix una formació adaptada a les necessitats específiques de les empreses. Una vegada detectada les necessitats es fa la recerca del professional que impartirà la formació i se confeccionarà els continguts del programa. Finalitzada l'acció formativa es fa un seguiment i avaluació per acabar de cobrir les seves espectatives.

**Durant l'any 2015, s'han realitzat 4 cursos a mida.**

Relació de cursos i empreses que s'ha donat el servei:

## LA COMMUNICATION DANS LE MONDE PROFESSIONEL

PROFESSORA: Sra. Teresa Salat.
DATA: Del 25 de març al 19 de juny de 2015 (dimecres i divendres)
DURADA: 36 hores
ASSISTENTS: 5 alumnes
ACTIVITAT DE L'EMPRESA: Empresa líder espanyola d'exportació de carn de corder, ovella, cabra d'una excel·lent qualitat sota estrictes normes sanitàries. Disposen de la Iso 9002 i de la certificació Halal.

*Formació realitzada a l'empresa MURGACA ubicada al Polígon Industrial de Balaguer.*

## LA VENDA CREUADA. COM VENDRE MÉS A TRAVÉS DEL CLIENT EXISTENT

PROFESSOR: Sr. Alejandro Francino
DATES: 26 i 27 d'octubre de 2015
DURADA: 6 hores
ASSISTENTS: 20 alumnes
ACTIVITAT DE L'EMPRESA: Empresa dedicada al món de l'òptica. Venda d'ulleres i productes relacionats amb l'òptica amb un gran equip de professionals que recomanen l'examen optomètric més adequat pel pacient.

*Formació realitzada a l'empresa NATURAL OPTICS.*

## LA PSICOLOGIA DE LA VENDA

PROFESSOR: Sr. Jeroni Calafell
DATA: 4 de desembre de 2015
DURADA: 6 hores
ASSISTENTS: 8 alumnes
ACTIVITAT DE L'EMPRESA: Les empreses Comercio Giró i Port Cantó treballen conjuntament per donar un servei integral i que ofereix més de 6000 referències, al mateix temps, presten un servei logístic, d'entrega setmanal a tots els establiments relacionats amb l'hostaleria i l' alimentació de la província de Lleida.

*Formació realitzada a l'empreses COMERÇ GIRÓ (Sort) i PORT CANTÓ (Lleida)*

Curs realitzat a l'empresa Murgaca.

# PROGRAMES DIRECTIUS

ESADE Business School

## PROGRAMA D'EXPERT EN MÀRQUETING I VENDES. DIRECCIÓ COMERCIAL

L'any 2015, vàrem realitzar el **Programa Directiu en Màrqueting i Vendes. Direcció Comercial**, amb l'Escola de Negocis Business School, amb una durada de 100 hores i amb la finalitat d'obtenir el títol oficial d'expert en Màrqueting i Vendes.

El Programa proporciona als directius participants la formació necessària, teòrica i pràctica, perquè puguin:

- Desenvolupar i actualitzar el seu coneixement sobre els mètodes i els conceptes aplicables en màrqueting i vendes.
- Sensibilitzar-se amb les estratègies i els plantejaments competitius en entorns turbulents.
- Compartir i debatre les tendències actuals i les futures evolucions de la gestió comercial en les empreses.
- Establir contactes amb directius d'altres sectors o indústries que estiguin afrontant reptes similars als seus.

El programa estava estructurat en 8 sessions corresponent a 64 hores presencials i 36 hores e-learning.

Per obtenir el títol d'Expert es requereix realitzar un MarkPlan, el qual consisteix en l'elaboració d'un pla de màrqueting de la seva pròpia empresa, en el que cada participant identifica els punts forts i febles finalitzant amb la implementació d'accions de millora, sempre supervisat pels professors que han impartit el programa.

El total de participants varen ser 18 directors comercials de les següents empreses:

- ACTEL SCCL
- ALIANZA MÉDICA LERIDANA
- BORGES BRANDED FOODS SLU
- GRUP ALIMENTARI ARGAL
- ILERNA ONLINE SL
- IRTA
- LLEIDAMBIENT SL
- MAXIPORC SL
- NOVA AGRICULTURA SC CATALANA
- RIBALTA I FILLS SA
- ROTECNA SA
- SADA CATALUNYA SA
- SOCIEDAD PREVENCION NUEVA ACTIVA SLU

Programa directiu en màrqueting i vendes.

## Programa d'Expert en Màrqueting i Vendes. Direcció Comercial

ESADE Business School
EXECUTIVE EDUCATION

**LLEIDA**

Director Acadèmic: **Carlos Jordana**

HORARI
**9:30 - 14:00**
**15:30 - 19:00**

| | | | |
|---|---|---|---|
| 20/10/2015 | Sessió 1 | **Introducció al programa. El primer pas de la formulació estratègica** | Carlos Jordana |
| 27/10/2015 | Sessió 2 | **Segmentació dels mercats. Posicionament de marques** | Carlo Gallucci |
| 3/11/2015 | Sessió 3 | Estratègia de producte i serveis. Estratègies de preus | Carles Torrecilla |
| 10/11/2015 | Sessió 4 | Conducta del **consumidor. Comunicació integrada** | Oriol Iglesias |
| 17/11/2015 | Sessió 5 | Estratègia comercial. Estructura i organització comercial | Gerard Costa |
| 24/11/2015 | Sessió 6 | **Màrqueting digital. Xarxes social i e-comerce** | Pedro Armangué |
| 1/12/2015 | Sessió 7 | **Planificació comercial. KAM, Trade marketing, col·laboració amb clients** | Jaime Castelló |
| 15/12/2015 | Sessió 8 | Gestió d'equips d'alt rendiment. Control i supervisió dels venedors | Carlos Jordana |

**Cloenda del Programa directiu en màrqueting i vendes.**

# SERVEI D'OCUPACIÓ DE CATALUNYA (SOC)

El Servei d'Ocupació de Catalunya (SOC) és l'òrgan de l'Administració de la Generalitat de Catalunya que té les competències de la intermediació laboral a Catalunya.

El SOC ofereix els seus serveis als treballadors que estiguin inscrits com a demandants d'ocupació. Els demandants poden ser les persones en situació d'atur o persones que volen canviar de feina o millorar-la.

La Cambra de Comerç de Lleida es va presentar a la convocatòria del FOAP (Formació d'Ofertes Àrees Prioritàries) i en la resolució de desembre de 2014, se'ns va atorgar el curs de **Gestió Administrativa i Financera del Comerç Internacional amb l'obtenció del seu certificat de professionalitat.**

Aquest curs de nivell 3 consta de 5 mòduls:

- Gestió Administrativa del Comerç Internacional (230 hores)
- Finançament Internacional (180 hores)
- Mitjans de Pagaments Internacionals (90 hores)
- Anglès Professional per a Comerç Internacional (120 hores)
- Mòdul de practiques en empreses (40 hores)

Els requisits que han de complir els alumnes és que tinguin un nivell d'estudis de batxiller o d'un cicle superior, nivell intermig d'anglès i ser dono (inscrit en l'oficina de l'atur), a banda de les places disponibles per persones que estiguin en actiu.

El 29 de desembre de 2014 es va fer la primera sessió amb la participació quinze alumnes.

Alumnes del curs "Gestió Administrativa i Financera del Comerç Internacional amb l'obtenció del seu certificat de professionalitat".

Com a complement al programa, es varen fer tres sortides, una al **Consorci El Far del Port de Barcelona** on els alumnes juntament amb els professors varen visitar les instal·lacions del Port com a centre de referència del mar i el litoral, i van conèixer l'estructura de la seva activitat en els diferents àrees de treball.

Sortida al Consorci El Far del Port de Barcelona.

La segona sortida va ser la visita a l'empresa **Indulleida**, ubicada a la població d'Alguaire, dedicada a la fabricació de derivats de fruita. Actualment, Indulleida, transforma aproximadament 200.000 T. de fruita fresca per any, convertint-se en un grup líder a Espanya en la fabricació i distribució de semielaborats de sucs de fruites.

**Indulleida S.A.** exporta els seus productes a més de 60 països. Els països on exporta els seus productes són:

Unió Europea (especialment França, Alemànya, Regne Unit, Grècia, Àustria, Polònia, Itàlia...), zona del Magrib (nord d'Àfrica), Orient Mitjà, Rússia, Xina, Japó, Corea del Sud...

Visita a l'empresa Indulleida.

Visita a l'empresa Indulleida.

Visita a l'Estació Duanera Lleidatana (EDULLESA).

Finalment, vàrem visitar l'**Estació Duanera Lleidatana S.A. (EDULLESA)**, és una duana interior en la que importadors i exportadors de tot tipus de mercaderia poden realitzar les **inspeccions i despatxos d'importació i exportació** necessaris en tot tipus d'**operacions de compravenda internacional.**

L'**agilitat en els tràmits duaners i d'inspeccions de mercaderies**, permet que una vegada aquestes són desduanades per a la seva importació u exportació, puguin ser **enviades directament al seu punt de descàrrega** sense que tinguin que suportar d'altres inspeccions addicionals.

Al finalitzar el curs es varen fer les pràctiques en les següents empreses a les que aprofitem per donar les gràcies per la seva col·laboració:

- AGROFOODS & COMMERCE S.L
- CORINSA
- TRALDIS PORTA EXPRES S.L.
- AL DAHARA FAGAVI S.L.
- TORRONS VICENS S.L.
- FRUTAS LERIDANAS S.A
- TRANSPORTS TARRAGONA
- TECNICAS MECANICAS ILERDENSES S.L.
- ESTACIÓN ADUANERA LLEIDATANA S.A.
- CODEMAR-IBERBULK S.A.U
- ILERPROTEIN S.L.

El resultat final del curs, va ser la inserció laboral del 80% dels alumnes.

# SERVEI DE GESTIÓ DE LES BONIFICACIONS DE LA FORMACIÓ

Fundación Tripartita
PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO

L'àrea de formació ofereix a les empreses el Servei de tramitació administrativa de la gestió de les bonificacions de la formació (Fundació Tripartita) a través de les cotitzacions mensuals de la seguretat social de les empreses que ho sol·liciten i de la tramitació del PIF (Permís Individual de la Formació) pels programes directius amb titulacions oficials.

Durant l'any 2015 s'han beneficiat **112 empreses** amb un total de **235 alumnes en bonificacions de la Fundació Tripartita**.

**16 empreses** es van beneficiar del PIF (Permís Individual de la Formació).

# CURSOS PORTAL VIRTUAL I/O A DISTÀNCIA

**Relació de cursos realitzats:**

- Gestió duanera i fiscalitat en el Comerç Internacional
- Gestió Comerç Exterior
- Direcció i Gestió de petites i mitjanes empreses
- Transport i Logística Internacional
- Finances, costos i pressupostos per a no financers
- Incoterms 2010
- Logística Internacional
- El comerç exterior en 50 documents

| NÚM. CURSOS | NÚM. HORES | ASSISTENTS |
|---|---|---|
| 8 | 220 | 10 |

Campus Empresarial VIRTUAL

# RESUM ACCIONS FORMATIVES 2015

| | NÚM. CURSOS | NÚM. HORES | NÚM. ALUMNES |
|---|---|---|---|
| CURSOS | 28 | 424 | 224 |
| FORMACIÓ A MIDA | 4 | 48 | 33 |
| PROGRAMES DIRECTIUS | 1 | 100 | 18 |
| CURS SERVEI D'OCUPACIÓ | 1 | 660 | 15 |
| SESSIONS INFORMATIVES | 5 | 15 | 124 |
| WORKSHOPS | 14 | 33 | 211 |
| PORTAL VIRTUAL | 8 | 350 | 4 |
| **TOTAL** | **61** | **1630** | **629** |

# 6 àrea de competitivitat

## SERVEI DE CREACIÓ D'EMPRESES

Una de les línies estratègiques de la nostra Institució sempre ha estat la promoció de noves activitats comercials, industrials i de serveis de la nostra demarcació.

És en aquest punt on trobem el **Servei de Creació d'Empreses** que té com a finalitat difondre la cultura d'empresa, promoure l'esperit emprenedor, fomentar la creació de l'activitat empresarial i donar suport a la consolidació de la microempresa, petita empresa, així com als treballadors o treballadores autònoms i a les persones emprenedores. Aquesta àrea, dóna servei i assessorament als nous empresaris, ajudant-los a donar els primers passos per iniciar el seu projecte de negoci.

El Servei de Creació d'Empreses, s'emmarca dins un conveni amb el Departament d'Empresa i Ocupació, i forma part del projecte "Catalunya Emprèn" de la Generalitat de Catalunya. Catalunya Emprèn és una xarxa d'assessorament empresarial de la qual formem part un gran nombre d'entitats, aquest nou projecte, disposa d'una plataforma web, que ofereix nous recursos tant a tècnics com a emprenedors, dins el portal Catalunya Emprèn podem trobar informació, experiències i exemples englobats en tres apartats: motivació, creació i consolidació.

El Servei de Creació d'Empreses consisteix en un seguit de visites de l'emprenedor, concertades prèviament amb un tècnic de la Cambra, qui l'assessorarà en l'acompliment i l'elaboració del **Pla d'Empresa**, donant-li suport i responent tots els dubtes que es puguin originar. Una vegada analitzats tots els aspectes rellevants a l'hora d'endegar el projecte, el tècnic, amb el suport de l'emprenedor, realitzarà el **Pla Econòmic i Financer** del nou negoci, i per últim, si s'escau, es facilitarà el Certificat de Viabilitat.

QÜESTIONARI PER A

LA REALITZACIÓ

DEL PLA D' EMPRESA

Empresa de comerç o serveis

**Programa Autoempresa**

## 3. Estudi de mercat.

**3.1. Àrea d'influència.** Identificar l'àrea on vol que operi l'empresa.(local, comarcal, provincial, autonòmic, estatal, internacional)

**3.2. Anàlisi del sector.** Quins creu que són els aspectes clau del seu sector, tenint en compte l'àrea d'influència de la seva empresa? I les dificultats?Quins aspectes milloraria vostè i com?

**3.3. Anàlisi del mercat.**

**3.3.1.** Descripció del mercat.

3.3.1.1. Principals característiques del mercat on actuarà l'empresa.

3.3.1.2. Volum de mercat. Identificar el nombre de clients potencials de la zona i la despesa mitjana anual dels mateixos.

**3.3.2.** Segmentació del mercat. Identificar els grups de consumidors que formen el mercat.

**3.3.3.** Comportament del consumidor. Quina pauta de consum segueix el consumidor del producte ofert? Qui realitza la compra? En quin moment? Quins aspectes valora més? Definir el consumidor i el comprador del producte. Es la mateixa persona?

**3.3.4.** Anàlisi de la competència. Identificar els competidors de l'empresa.

| NOM DEL COMPETIDOR | PRODUCTES QUE OFEREIX | PREUS DE VENDA | PROMOCIONS I DESCOMPTES | ATENCIÓ AL CLIENT | CARACTERÍSTIQUES TÈCNIQUES DELS SEUS PRODUCTES | CANAL DE DISTRIBUCIÓ |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. | | | | | | |
| 2. | | | | | | |
| 3. | | | | | | |
| ... | | | | | | |

pla 4.01 Autonoms.xls [Modo de compatibilidad] - Microsoft Excel

M36

**PLA D'INVERSIONS I FINANÇAMENT**

| INVERSIONS | PREU | TIPUS | IVA | TOTAL | | Amortització | Dotació mensual | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| IMMOBILITZAT MATERIAL | | | | | | | | |
| Terrenys | | 21% | 0,00 | 0,00 | 0 | | | |
| Edificis i locals | | 21% | 0,00 | 0,00 | 3% | 0,00 | 0,00 | |
| Maquinaria | | 21% | 0,00 | 0,00 | 12% | 0,00 | 0,00 | |
| Equips informàtics | | 21% | 0,00 | 0,00 | 26% | 0,00 | 0,00 | |
| Instal.lacions | | 21% | 0,00 | 0,00 | 10% | 0,00 | 0,00 | |
| Elements de transport | | 21% | 0,00 | 0,00 | 16% | 0,00 | 0,00 | |
| Eines i utillatges | | 21% | 0,00 | 0,00 | 30% | 0,00 | 0,00 | |
| Mobiliari | | 21% | 0,00 | 0,00 | 10% | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| IMMOBILITZAT INTANGIBLE | | | | | | | | |
| Aplicacions informàtiques | | 21% | 0,00 | 0,00 | 26% | 0,00 | 0,00 | |
| Drets de traspàs | | 21% | 0,00 | 0,00 | 10% | 0,00 | 0,00 | |
| Patents, marques | | 21% | 0,00 | 0,00 | 10% | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| DESPESES D'ESTABLIMENT | | | | | | | | |
| Despeses de constitució | | 21% | 0,00 | 0,00 | 100% | 0,00 | | |
| Despeses de primer establiment | | 21% | 0,00 | 0,00 | 100% | 0,00 | | 0,00 |
| INVERSIONS FINANCERES | | | | | | | | |
| Inversions financeres | | | 0,00 | 0,00 | n/a | n/a | n/a | |
| Dipòsit i fiances | | 21% | 0,00 | 0,00 | n/a | n/a | n/a | |
| ACTIU CORRENT | | | | | | | | |
| Primeres matèries | | 21% | 0,00 | 0,00 | n/a | n/a | n/a | |
| Provisió de fons | | | 0,00 | 0,00 | n/a | n/a | n/a | |
| TOTAL INVERSIONS | 0,00 | | 0,00 | 0,00 | | 0,00 | 0,00 | 0,00 |

| FINANÇAMENT | |
|---|---|
| Recursos propis | |
| Préstecs | 0 |
| Subvencions | |
| Aportacions socis | |
| TOTAL FINANÇAMENT | 0,00 |

| VENCIMENT DEL PRESTEC | |
|---|---|
| Llarg termini | 0,00 |
| Curt termini | 0,00 |
| TOTAL PRESTEC | 0,00 |

Inici | Inversions | Balanç | Compte resultats | Tresoreria | Compte resultats (2) | Tresoreria (2) | Compte resul

Listo

Setmanalment es realitzen les sessions col·lectives d'acollida del Servei de Creació d'Empreses; en aquesta primera trobada s'explica el servei ofert per la Cambra i es realitza una primera explicació dels conceptes a considerar a l'hora d'endegar una empresa, informant i sensibilitzant els assistents. La periodicitat d'aquestes sessions és setmanal, comptant amb uns 7 o 8 emprenedors per dia.

Així doncs, els tècnics ajudaran a l'emprenedor a realitzar el seu Pla d'Empresa:

- Dissenyar el Producte/Servei.
- Elaborar l'estudi de mercat.
- Identificar el públic objectiu.
- Analitzar la competència.
- Definir els recursos necessaris per portar a terme el projecte.
- Definir la forma jurídica.
- Elaborar el Pla Econòmic-Financer.
- Cercar i informar de les línies d'ajut i finançament més adients.
- Entre altres.

La Cambra facilita informació i assessorament de:

- Tràmits administratius per a crear una empresa.
- Formes jurídiques existents.
- Obligacions fiscals.
- Anàlisi de la viabilitat del negoci.
- Ajuts i subvencions.
- Proveïdors i Potencials Clients.
- Finançament.

L'assessorament que s'ofereix no es limita a un nombre d'hores determinat, sinó que serà el temps que precisi l'emprenedor o emprenedora en l'estudi i anàlisi del seu projecte empresarial.

L'atenció a la persona emprenedora, en tots els casos serà individualitzada, donant-li la confiança necessària per a l'exposició del seu projecte i atenent-lo amb la deguda reserva i confidencialitat.

Un dels objectius del Servei de Creació d'Empreses és facilitar a les persones emprenedores, que hagin obtingut el **Certificat de Viabilitat**, unes condicions de finançament avantatjoses per dur a terme les seves iniciatives empresarials, a través de les següents modalitats:

- Conveni de la Cambra amb la Caixa.
- L'Institut Català de Finances (ICF).
- L'Institut de Crèdit Oficial (ICO).
- ENISA.
- Fons Capital Risc.

El Servei de Creació d'Empreses, té com a objectius:

- Contribuir a la creació i consolidació de projectes empresarials viables per a les comarques de Lleida.
- Ajudar a incrementar el teixit empresarial de les Terres de Lleida.
- Millorar la qualitat dels nous projectes empresarials del territori.
- Contribuir a la generació d'ocupació en l'àmbit d'influència de la Cambra.
- Potenciació de la formació empresarial dels nostres emprenedors.

- Foment de l'esperit emprenedor.
- Suport a la consolidació d'empreses que porten poc temps al mercat.

Els objectius i les accions dutes a terme, es resumeixen en les següents línies estratègiques:

1. Sensibilització i difusió de l'activitat emprenedora.
2. Assessorament i suport en el procés d'emprenedoria.
3. Seguiment de les empreses creades.
4. Formació dels emprenedors.
5. Suport a la consolidació de les empreses creades.
6. Acompanyament i mediació financera.

Amb aquestes noves línies d'actuació, el Servei de Creació d'Empreses, fa un pas endavant, i a part d'assessorar als emprenedors, realitzarà jornades, organitzarà xerrades d'experiències empresarials, farà un seguiment dels emprenedors que passin per la Cambra, per tal de conèixer la seva situació actual i necessitats, i realitzarà accions formatives i de benchmarking.

Pel que fa a la realització de jornades de foment de l'emprenedoria, hem treballat amb diferents col·lectius i hem abordat diverses temàtiques.

**Seminari "Tràmits administratius per crear una empresa" 29/01/2015 a l'Ajuntament d'Almatret.**

## RESUM CONSULTES AUTOEMPRESA 2015

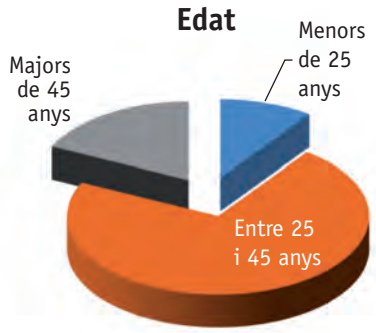
- **Assessoraments** **100**
- **Plans d'empresa finalitzats** **21**
- **Empreses creades** **20**
- **Acompanyament per a l'accés al finançament** **10**

Durant l'any 2015 s'han dirigit a les instal·lacions de la Cambra 100 persones interessades en el Servei de Creació d'Empreses, d'aquestes, 21 han realitzat tot el pla d'empresa i s'han beneficiat de la totalitat del Servei ofert, i 20 han creat la seva empresa, fent realitat el seu projecte d'emprenedoria.

Aquest any s'ha formalitzat l'acompanyament per a l'accés al finançament, amb 10 emprenedors, ajudant-los d'una manera més activa en la recerca de finançament.

Pel que fa als sectors d'activitat de les noves empreses, la major part les podem classificar en els sectors de comerç i serveis.

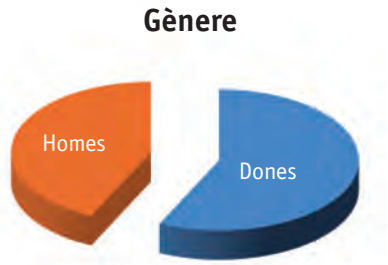
La forma jurídica més utilitzada pels emprenedors que realitzen el pla d'empresa amb nosaltres, és la d'empresari individual, no obstant, en cas de ser més d'un promotor, les formes jurídiques escollides són la de Societat Civil Privada (SCP) i en segon lloc la Societat Limitada.

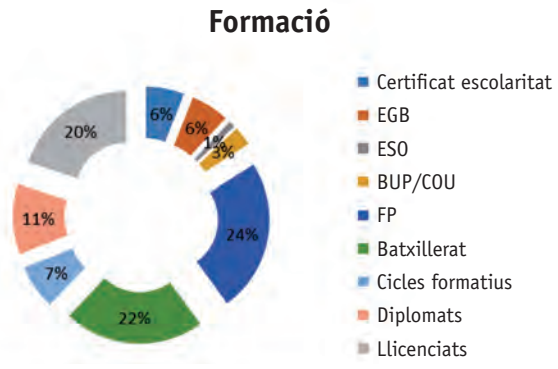



Si analitzem el perfil de l'emprenedor, la gran majoria tenen entre 25 i 45 anys.

L'emprenedor que es dirigeix a la Cambra es tracta d'una persona jove, que en molts casos supera de poc els 30 anys, encara que l'edat mitjana s'ha incrementat darrerament.

Pel que fa al sexe dels emprenedors, el percentatge de dones i homes que utilitzen el servei està força equilibrat, no obstant en aquest període el nombre de dones ha estat lleugerament superior.

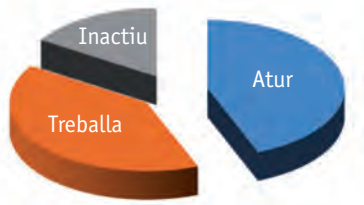


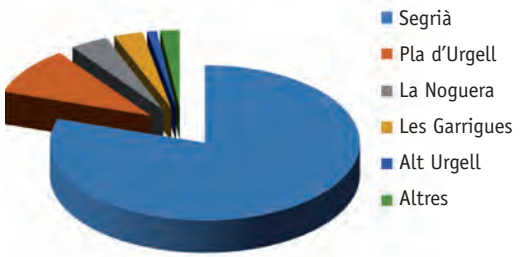

En el següent gràfic podem analitzar el perfil de les persones assessorades tenint en compte el seu grau de formació. El percentatge més nombrós d'emprenedors ha realitzat estudis universitaris, si agrupem llicenciats i diplomats per obtenir el nombre total d'universitaris veiem l'important pes d'aquest grup, seguits del col·lectiu de joves que han realitzat formació professional. Cal destacar el considerable augment del col·lectiu universitari, que en 8 anys ha passat d'ésser el col·lectiu menys representat a ser el que més es dirigeix a la Cambra en aquest àmbit.

Pel que fa a la situació laboral, un 44% dels emprenedors es troba aturat en el moment de l'assessorament, front el 40% que està treballant, la resta són inactius.

**Situació laboral**




**Procedència**

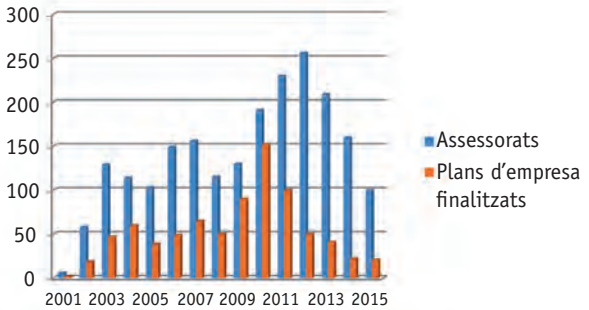



La gran majoria d'emprenedors que es beneficien del Servei són de la plana de Lleida, concretament del Segrià, El Pla d'Urgell i La Noguera en aquest ordre.

## EVOLUCIÓ DEL SERVEI EN ELS DARRERS ANYS

En el següent gràfic es mostra l'evolució de les persones assessorades i de les persones que han finalitzat el seu pla d'empresa, durant els darrers anys.

**Evolució Servei Creació d'Empreses**




Cal clarificar la diferència existent entre els assessorats i els plans d'empresa finalitzats; considerem un assessorat, una persona que ha concertat cita amb els tècnics del Servei de Creació d'Empreses per una consulta puntual, i que no ha realitzat el pla d'empresa; d'altra banda, amb els plans d'empresa finalitzats, tal i com indica el nom, estem parlant d'emprenedors que han rebut l'assessorament íntegre en l'acompliment del seu pla d'empresa i per tant l'han acabat.

En l'any 2015 hem tingut 100 consultes en l'àmbit de la Creació d'Empreses, tot i això, el nombre de plans d'empresa finalitzats ha estat similar a l'any anterior, les persones s'han interessat, però no han realitzat tot el servei, han abandonat abans de tenir el pla d'empresa finalitzat. Tot i la petita baixada d'emprenedors, continuen sent molts els futurs empresaris que es dirigeixen a la Cambra per ésser assessorats.

## PUNT PAE

El departament de Creació d'Empreses, com a punt PAE, punt d'atenció a l'emprenedor, ofereix als seus emprenedors la possibilitat de constituir la seva empresa telemàticament. Des del 2003 la única forma jurídica que es podia tramitar via Internet era la Societat Limitada Nova Empresa (SLNE), això va canviar l'any 2009, i a partir de llavors a part de la SLNE, també podem tramitar les Societats Limitades (SL), al 2013 es va iniciar la tramitació que permet la constitució de l'autònom; aquest servei suposa un benefici econòmic, de temps i de tramitació per l'emprenedor, ja que els tràmits autonòmics i estatals es realitzen des de la Cambra, llavors, l'emprenedor únicament cal que es desplaci al notari, i a l'ajuntament, en cas de ser pertinents tràmits municipals.

Els punts PAE utilitzen el sistema de tramitació tele-

màtica (STT) del Centre d'Informació i Xarxa de Creació d'Empreses (Circe), que és un sistema de tramitació d'expedients electrònics que, a través del Document Únic Electrònic (DUE), durà a terme l'intercanvi de la documentació necessària per a la creació de l'empresa.

Aquest servei depèn de la Direcció General de Política de la Petita i Mitjana Empresa, del Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç.

La següent taula mostra les tramitacions dutes a terme els últims anys.

| Tramitació per any | SRL | SLNE | AUT | Total |
|---|---|---|---|---|
| 2009 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| 2010 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| 2011 | 8 | 0 | 0 | 8 |
| 2012 | 3 | 1 | 0 | 4 |
| 2013 | 8 | 0 | 10 | 18 |
| 2014 | 18 | 0 | 13 | 31 |
| 2015 | 12 | 0 | 8 | 20 |

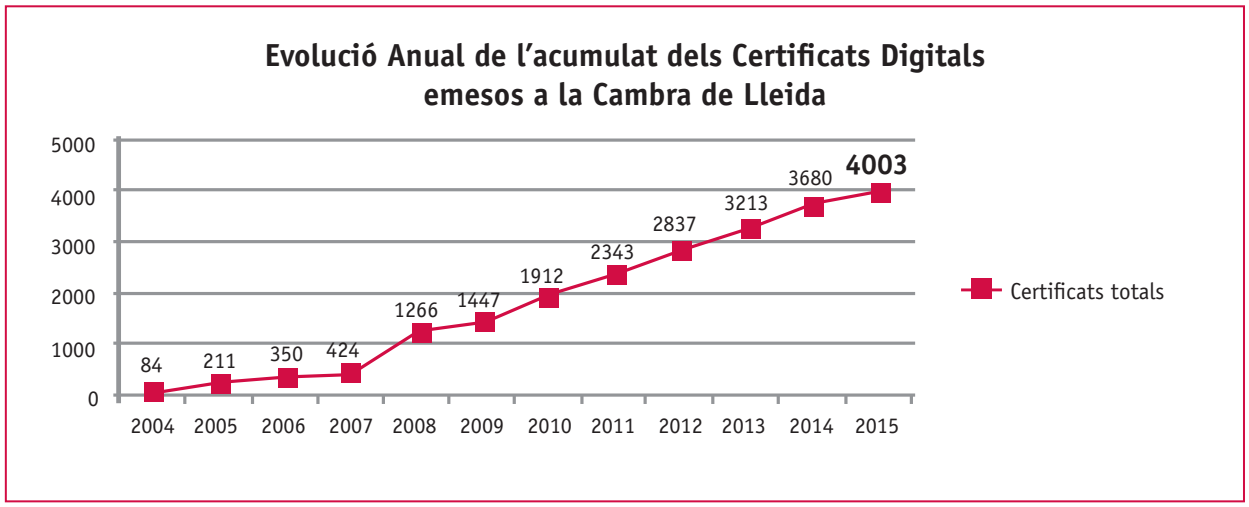
# ÀREA TIC (TECNOLOGIES DE LA INFORMACIÓ I DE LA COMUNICACIÓ

## SERVEI DE CERTIFICACIÓ DIGITAL O SIGNATURA ELECTRÒNICA EMPRESARIAL "CAMERFIRMA"

La Cambra de Comerç de Lleida ofereix a les empreses Certificats Digitals que són una eina per poder signar documents amb Signatura Electrònica Avançada i Reconeguda, necessària per poder substituir la signatura manuscrita en processos telemàtics (identificació a Internet, signatura de documents ofimàtics, facturació electrònica,...).

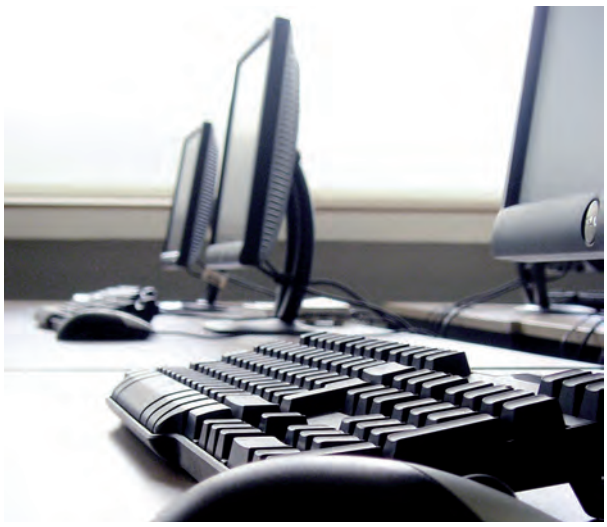
**Ja hem superat els 4000 certificats** emesos per la Cambra de Comerç de Lleida.

L'any 2015 es varen tramitar **323 certificats digitals.**



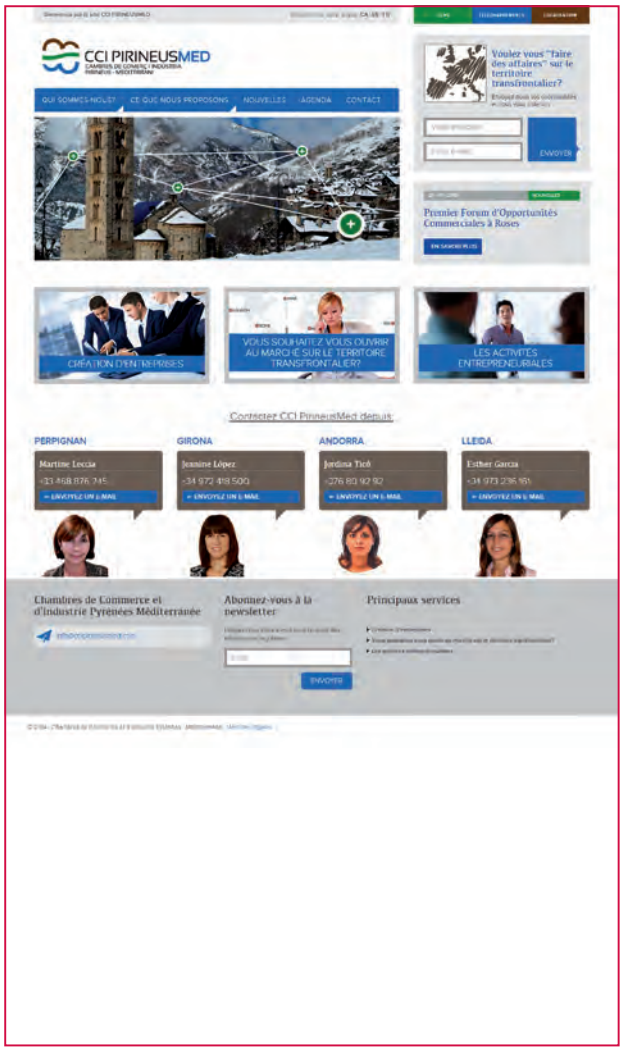

## ACCIONS DE FORMACIÓ I D'ASSESSORAMENT EN TICS I MÀRQUETING DIGITAL:

Consulteu l'apartat de "formació - àrea TICs" d'aquest document (pàg. 61).



## ACCIONS DE DESENVOLUPAMENT DE PROJECTES WEB:

WWW.CCIPIRINEUSMED.COM
Creació d'un nou portal web en multiidioma.




WWW.LALLOTJADELLEIDA.COM
Desenvolupament del nou portal web corporatiu del palau de congressos de Lleida "La Llotja de Lleida".

# AGENDA NACIONAL

El servei d'agendes nacionals té l'objectiu d'ajudar a les empreses de Lleida a obrir mercat en altres territoris de l'estat, mitjançant la cerca, identificació i selecció de potencials clients, proveïdors o partners.

La Cambra, amb el suport de l'empresa, analitza el públic objectiu, les seves necessitats i les oportunitats que té l'empresa de trobar clients potencials en les diferents zones de l'estat, seguidament es fa la recerca i selecció i es truca a les empreses escollides, fixant una reunió entre el partner potencial i l'empresa contractant del servei.

En aquest 2015 s'ha realitzat una agenda nacional, aconseguint un volum de contactes i informació considerable.

# PLA DE MÀRQUETING

La Cambra ofereix el servei de plans de màrqueting, ajudant a les empreses a desenvolupar-se en aquesta àrea.

Els conceptes que es treballen es centren en la part comunicativa de l'empresa i són els següents:

- Punt de partida. Què estem fent? Ens ajuda a arribar als clients?
- Anàlisis de l'entorn intern i extern
- Objectius comercials
- Estratègies:
  - Segmentació de clients: perfils, necessitats
  - Posicionament
  - Avantatges competitius
  - "Màrqueting mix"
- Argumentari de vendes
- Accions concretes a endegar

# SERVEI D'EFICIÈNCIA ENERGÈTICA

## PUNT D'ASSESSORAMENT ENERGÈTIC

Dins l'àmbit d'eficiència energètica i com a entitat col·laboradora de l'Institut Català d'Energia (ICAEN), la Cambra, ofereix a les empreses un servei d'assessorament energètic amb l'objectiu d'informar i orientar les empreses cap a una optimització dels seus recursos amb la gestió eficient de l'energia (contractació de l'energia, legislació i normativa, ajuts...).

**Objectius:**

- Prestar un Servei d'Assessorament Energètic.
- Fomentar la implantació de mesures d'eficiència i estalvi energètic.
- Incrementar el coneixement tècnic de les empreses.
- Incrementar la sensibilització energètica d'empreses i treballadors.

El servei d'assessorament energètic informa en els següents aspectes:

- Mercats energètics (preus i contractació)
- Legislació i normativa energètica
- Ajuts i finançament específic
- Qualitat dels subministraments
- Energies Renovables
- Estalvi i Eficiència Energètica

**Consultes resoltes aquest any:**

Durant aquest 2015, s'han realitzat altres accions de promoció del Punt d'Assessorament Energètic i de l'eficiència energètica, amb la gravació d'un vídeo on apareixen dos empreses de Lleida amb exemples pràctics en l'àmbit de l'energia: Frucinse i Hotel Terradets.

Els vídeos es poden veure en una nova web creada entre les Cambres de Comerç i l'Institut Català de l'Energia:

www.ambitenergia.cat

| NÚM. CONSULTES | ÀMBIT |
|---|---|
| 2 | Mercats energètics (Preus i contractació) |
| 2 | Legislació i normativa |
| 2 | Estalvi i Eficiència Energètica |
| 1 | Ajuts i subvencions |

# 7 àrea d'innovació

## SERVEIS

La tasca de la Cambra pel que fa referència a Innovació es fonamenta en una oferta de serveis i en la realització d'activitats, projectes, estudis i organització de jornades, congressos i conferències, adreçades a la promoció de la innovació a les empreses de Lleida.

Oferint els següents serveis:

- Pla estratègic
- Producció d'idees competitives
- R+D+Empresa

# PROJECTE JOHN FIL

Imatge de les instal·lacions de l'empresa John Fil.

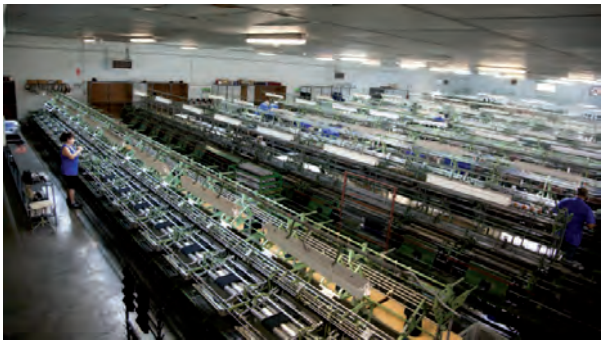
Aquest 2015 hem continuat treballant en el pla estratègic amb l'empresa John Fil de l'Espluga Calba, implementant les accions detectades.

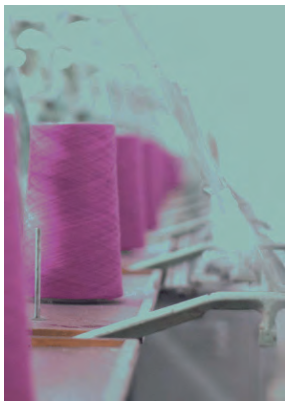
L'empresa es posa en contacte amb els tècnics de la Cambra de Comerç, donat que els productes-solucions que John-Fil comercialitza actualment ja no generen demanda suficient per mantenir el model de negoci que fins fa un temps l'empresa disposava, per tant, es fa necessari obrir una nova cartera de productes-solucions que respongui a les noves necessitats dels clients.

Durant el 2015 s'han treballat les següents línies:

- EIX D'ACCIÓ 1: Anàlisi model negoci i definició d'una nova proposta de valor.
- EIX D'ACCIÓ 2: Formació membres John-Fil i suport i acompanyament.
- EIX D'ACCIÓ 3: Pla d'acció comercial a curt: productes tipus 1.
- EIX D'ACCIÓ 4: Pla d'acció comercial a curt: productes tipus 2.
- EIX D'ACCIÓ 5: Pla d'acció d'internacionalització.
- EIX D'ACCIÓ 6: Anàlisi i pla comercial productes marca pròpia.
- EIX D'ACCIÓ 7: Definir nou model de negoci a mig-llarg termini.

En el projecte amb John Fil, cal tenir en compte el gran impacte econòmic que té la cooperativa en el seu municipi i els dels voltants, ja que es troba en una zona amb poca indústria, sent la cooperativa una alternativa a l'agricultura on hi treballen un gran número de famílies.





# 8 dinamització territorial

## PROJECTE PICE

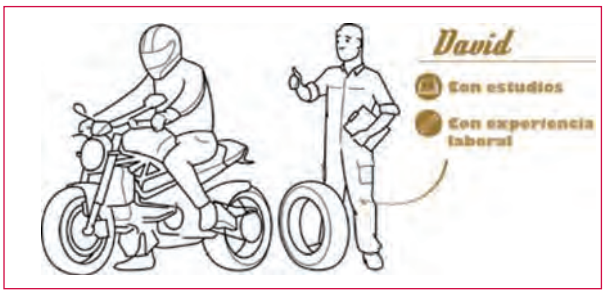
Aquest 2015 la Cambra de Lleida, a l'igual que la majoria de Cambres a nivell estatal ha iniciat el *Programa Integral de Cualificación y Empleo* (PICE).

El Programa Integral de Qualificació i Ocupació de les Cambres de Comerç és un conjunt d'accions d'orientació, formació i apropament a les empreses que persegueix l'ocupabilitat dels joves.

Està dissenyat a mida del perfil, interessos i grau de qualificació i capacitació del jove i respon a la demanda actual de les empreses.

El PICE va dirigit a joves, d'entre 16 i 29 anys, que es troben en situació d'atur o inactius, que no estan estudiant i que estan inscrits en el Pla Nacional de Garantia Juvenil; dins del projecte es treballa amb joves de tots els perfils, amb estudis i sense estudis,

i amb experiència i sense experiència:



Depenent de cada jove, es tria un itinerari adequat a les seves característiques, capacitats i inquietuds.

El PICE es basa en un procés d'accions que es resumeixen en el següent gràfic:

El pla vigent que estem duent a terme des de la Cambra és el pla de capacitació.

La primera fase consta en la detecció de joves inscrits a Garantia Juvenil o bé que reuneixen les condicions per inscriure's, una vegada contactats, es realitza una primera atenció on s'explica al jove el projecte de la Cambra i de quina manera ell o ella pot encaixar en el mateix.

Acabada l'atenció, es realitza una orientació vocacional, amb l'objectiu de conèixer al jove, les seves necessitats i dirigir-lo a l'itinerari formatiu que més encaixi amb ell o ella tenint en compte alhora les necessitats empresarials.

Després de l'entrevista amb l'orientadora i tenint en compte el perfil de cada jove, s'inicia la formació, que consta de dos parts, una fase troncal, on es realitzen les matèries de ocupabilitat i habilitats socials, anglès i tics, i una formació específica, lligada a satisfer les demandes empresarials detectades mitjançant l'estudi de necessitats empresarials.

Grup d'ocupabilitat i habilitats socials. Aules Cambra de Comerç 06/03/2015

Una vegada el jove ha superat la formació, entra en l'etapa d'inserció laboral, on es realitzen tres accions diferents:

- Acompanyament empresarial: s'apropa al jove al món empresarial.
- Pràctiques no laborals (es duran a terme a partir de 2016)
- Inserció (es duran a terme a partir de 2016)

El plans de mobilitat i de formació dual s'iniciaran més endavant.

Les accions realitzades durant aquest primer any han estat:

- Atenció: 143 joves
- Orientació: 118 joves
- Formació troncal: 72 joves
  - Ocupabilitat i habilitats socials: 7 accions
  - Anglès: 6 accions
  - TICS: 10 accions
- Formació específica 44 joves
  - Competències bàsiques: 3 accions
  - Especialistes en Comerç internacional
  - CP Atenció al client i gestió administrativa comercial
- Mesures d'acompanyament: 21 joves
- Jornada connectem: Networking laboral
- Acompanyament al grup PICE Down a conèixer l'empresa La Manreana.

S'han realitzat més de 900 hores de formació.

**Beneficis pel món empresarial**

- Gaudir de joves qualificats professionalment i enfocats amb els objectius de l'empresa.
- Gaudir de joves amb competències específiques en els llocs de treball de l'empresa.
- Possibilitat de beneficiar-se dels incentius en la contractació de joves.
- Ajut directe de la Cambra de Comerç per la contractació.
- Participar en un programa de millora social compromès amb l'ocupació i el futur dels joves del nostre país.
- Assessorament per la millora del negoci.
- Possibilitat d'obtenir el Segell d'Empresa Compromesa amb l'Ocupació Juvenil.

**Bones pràctiques**

Analitzant els diferents perfils de joves participants en la Garantia Juvenil, identifiquem als nois i noies de l'Associació de Down de la ciutat de Lleida com a públic potencial, ja que en aquesta entitat hi ha joves que es troben sense feina, no estan cursant cap acció formativa i tenen la capacitat per inserir-se al món laboral.

Grup PICE Down. Aules Cambra de Comerç 27/11/2015

Ens vam posar en contacte amb l'Associació Down Lleida (entitat molt activa, que ajuda els joves a integrar-se tant socialment com laboralment), i després de presentar-los el projecte als tècnics, ho van comentar amb l'òrgan rector de l'entitat, i ens van confirmar el seu interès en participar-hi. Un aspecte que els va agradar especialment, va ser la proactivitat de la Cambra a contactar amb ells, i el fet de donar-los l'oportunitat als joves de Down de participar en un programa com qualsevol altre jove de la seva edat. Aquests joves, es formen en altres centres (ESO adaptada, certificats de professionalitat adaptats) però un cop han realitzat alguna especialitat, realitzen tallers a l'Associació fins que comencen pràctiques en alguna empresa; el fet de sortir de l'Associació i anar a fer una formació orientada a la inserció en una entitat empresarial els va motivar moltíssim.

Amb la confirmació de la seva participació, vam crear el Projecte inclusiu PICE Down, on vam realitzar totes les fases del PICE.

Entrega de diplomes. Aules Cambra de Comerç 27/11/2015

**Resultats finals**

- Hem acostat un projecte d'inserció a joves que moltes vegades queden al marge d'aquestes accions.
- Tant els joves, l'Associació com les famílies, han transmès a la Cambra la seva gratitud amb el projecte. Estant disposats a col·laborar en futures ocasions.
- Mitjançant l'associació, hem arribat a diverses empreses compromeses i sensibilitzats amb projectes d'inserció, a les quals el PICE els encaixa perfectament.
- El resultat ha estat tan positiu, que la Cambra ha signat un conveni amb l'Associació, i a dia d'avui comptem amb en Quim, un dels joves del grup que està realitzant les seves pràctiques amb nosaltres.
- Imatge de la Cambra com a entitat compromesa amb els col·lectius amb dificultats i amb el seu entorn.
- Oportunitat de les Cambres de treballar conjuntament amb associacions i sumar esforços.

Quim Vilamajó, alumne en pràctiques. Cambra de Comerç 15/12/2015

# PROJECTE EMPRENEDORIA CORPORATIVA

La Cambra de Comerç de Lleida, juntament amb la resta de Cambres catalanes, posen a l'abast de les empreses el Programa d'Emprenedoria Corporativa per ajudar a Empreses Industrials, Startups i als inversors a trobar espais de col·laboració que les facin més competitives.

Les empreses mitjanes i grans necessiten innovar per no perdre competitivitat i les petites i de nova creació necessiten arribar al mercat en les millors condicions i com més aviat millor. Una manera d'aconseguir-ho és a través de dinàmiques d'innovació oberta i amb projectes de creixement i col·laboració.

**L'emprenedoria corporativa** compren aquelles actuacions que intenten fomentar la innovació oberta, la relació de startups tecnològiques amb empreses.

## OBJECTIUS DEL PROGRAMA

1. Promoure la relació entre empreses industrials i startups.
2. Fomentar la inversió en startups.
3. Foment de la cultura de creació d'startups per part d'empreses.

## ACCIONS REALITZADES

- Detecció d'empreses industrials
- Detecció de Start-ups
- Dinar de treball: 8 d'octubre
- Fòrum d'inversions: 15 de desembre

Fòrum d'inversions. Cambra de Comerç 15/12/2015

# PROJECTE EEN

Des de principis del 2015 formem part de la xarxa Enterprise Europe Network – EEN que ofereix a la petita i mitjana empresa (PIME) informació i assessorament en relació a les polítiques i oportunitats de negoci als països de la UE i altres adherits, així com assistència en processos de transferència tecnològica i accés a programes europeus de finançament, de recerca i desenvolupament i innovació (R+D+i).

Alguns dels serveis més destacats que ofereix la xarxa són:

- Facilitar la recerca de possibles socis dins la UE i altres països adherits per a l'empresa.
- Resolució de consultes davant una acció comercial.
- Informació sobre actualitat europea (Notícies i legislació).
- Oportunitats de negoci amb l'Administració Europea (Licitacions).
- Publicacions d'estudis i estadístiques.
- Informació sobre projectes de cooperació empresarial.

- Oportunitats de finançament de la UE (Privat, bancari i no bancari).
- Suport a la participació de les PIMES en projectes europeus (Horizon 2020).
- Suport i acompanyament a la cerca de socis per projectes empresarials d'internacionalització (oferta demanda comercial o tecnològica), innovació i R+D a tots els països membres de la xarxa.
- Organització i difusió d'esdeveniments internacionals que permeten a les empreses trobar socis per als seus projectes d'internacionalització, innovació i R+D (missions empresarials i brokerage events). Exemples: Mobile World Congress, Smart City Expo World Congress, Alimentària, Mèdica...

- Organització de jornades i seminaris a nivell local i internacional sobre temàtiques d'interès per les empreses.

COM EMPRESA QUE POTS ESPERAR DE LA XARXA EEN?

- Desenvolupar el negoci en altres mercats.
- Identificar oportunitats de negoci (fora de les nostres fronteres) i socis internacionals.
- Plataforma / instruments per afavorir la cooperació empresarial /tecnològica, on trobar la informació adient sobre regularització i normativa.
- Xarxa internacional per trobar solucions de millora als nostres productes/serveis i poder oferir la nostra expertesa i coneixement.
- Accés a un finançament alternatiu.
- Trobar l'encaix en programes europeus (iniciació i continuïtat)
- Participar en Fires especialitzades, Missions empresarials i tecnològiques (directes i indirectes), trobades empresarials, agendes personalitzades, B2B, matchmaking events,...
- Servei gratuït (no finançat)

# CLÚSTERS

Dins la dinamització territorial, trobem l'àrea que impulsa nous sectors industrials emergents que ajudin a diversificar els sectors industrials que existeixen en el nostre territori: Clústers.

**En aquest sentit, destaca l'impuls del Clúster de Bioproductes de les Terres de Lleida LLEIDABIOTECH.**

Aquest 2015, hem continuat **treballant en el desenvolupament del Clúster dels Bioproductes de les Terres de Lleida.**

El per què del desenvolupament d'aquesta indústria? La indústria dels bio-productes tindrà un impacte beneficiós en quatre àmbits importants:

## 1. MILLORA EN EL MEDIAMBIENT

L'ús de la biomassa, contribuirà a la reducció de l'efecte hivernacle, per la reducció de les emissions de $CO_2$. El balanç d'emissions de $CO_2$ serà sostenible degut a què el $CO_2$ que aquests productes emeten és el $CO_2$ que prèviament han captat les plantes (aquests productes ajudaran a assolir els objectius del Protocol de Kyoto que la UE ha de complir).

L'origen vegetal de tots aquests productes fa que siguin biodegradables, la qual cosa significa que l'impacte mediambiental durant tot el cicle de vida d'aquests productes és menor que en els d'origen fòssil.

### 2. REDUCCIÓ EN LA DEPENDÈNCIA ENERGÈTICA I DE MATÈRIES PRIMERES

L'ús de matèries primeres renovables, com alternativa a l'ús del petroli, reduirà el consum de recursos fòssils i per tant, reduirà la dependència energètica que els països desenvolupats tenen (UE, i especialment Espanya).

### 3. MILLORA I TRANSFORMACIÓ DE ZONES AGRÀRIES (AVANTATGES PLA DE LLEIDA)

Per un altre costat, aquesta nova tecnologia pot estimular l'economia rural mitjançant:

La **creació de nous mercats pels cultius agraris**, els denominats, **cultius no alimentaris - non food crops.**

La **implantació de plantes de transformació de la biomassa produïda**, (les futures BIOREFINERIES). La implantació de les plantes de transformació en les zones de producció de la biomassa garantirà menors costos de transformació (p.e. reducció de costos logístics).

### 4. NOVES LÍNIES DE RECERCA PER A LA NOSTRA UNIVERSITAT

El fet de desenvolupar un nou sector industrial fonamentat en la Biotecnologia Blanca ha d'obrir un ventall d'oportunitats a la nostra Universitat en diferents àmbits: Nous tipus de conreus energètics, línies de recerca en diferents aspectes com biotecnologia, enginyeria de processos, etc.

## ACTUACIONS REALITZADES EN EL CLÚSTER LLEIDABIOTECH EN EL 2015

**La missió del Clúster és la següent:**

- Promoure la creació d'indústries de bioproductes a la regió i l'àrea d'influència
- Fomentar la cooperació entre empreses i centres tecnològics
- Proveir de serveis de coneixement d'ajuda a les empreses, emprenedors
- Promoure el llançament i execució de projectes d'R+D+i
- Liderar la promoció de la regió com a una bioregió (nacional i internacional)

Les actuacions realitzades al llarg de l'any han estat les següents:

### PROJECTES EUROPEUS:

#### LLEIDABIOTECH

Des de la Cambra i el Clúster, s'ha participat en la presentació dels següents projectes:

- **DesTAE:** Desenvolupament i suport tecnològic per les empreses agrícoles. Tecnologies de suport per pimes al processament d'aliments. Pressupost Cambra: 130,570.00 €
- **EFFY:** Estratègies eficaces per promoure la igualtat de gènere en els centres d'investigació. Pressupost Cambra: 101,935.00 €
- **PIPAS:** Plataforma de suport a la internacionalització de les Pimes agroalimentàries ecològiques. Pressupost Cambra: 143,160.00 €

# COOPERACIÓ TRANSFRONTERERA: CAMBRES DE COMERÇ DELS PIRINEUS MEDITERRANI

Durant el 2015 s'ha continuat treballant amb el consorci format per les cambres transfronteres de França, Andorra i Catalunya amb l'objectiu de preparar i presentar un projecte conjunt en l'espai transfronterer, per augmentar les relacions comercials i la competitivitat de les regions.

A part de continuar les tasques iniciades l'any anterior, com el desenvolupament de la pàgina web entre d'altres, aquest any, s'han centrat els esforços en la presentació del projecte conjunt a la 1ª CONVOCATORIA DE PROYECTOS DEL PROGRAMA INTERREG V-A ESPAÑA-FRANCIA-ANDORRA (POCTEFA) 2014-2020

L'objectiu general del projecte és impulsar i desenvolupar la cooperació econòmica i els fluxos comercials dins de l'espai transfronterer a través del desenvolupament d'eines i nous models empresarials, mètodes i iniciatives que permetin el desenvolupament internacional amb aliances estratègiques.

Interreg POCTEFA

UNIÓN EUROPEA
UNION EUROPÉENNE

Termini: Maig 2016- abril 2019

Accions:

- Preparació
- Gestió
- Formació i acompanyament:

CCI PIRINEUSMED
CAMBRA DE COMERÇ I INDÚSTRIA PIRINEUS- MEDITERRANI

  - Creació xarxa de tècnics especialistes i dinamitzadors transfronterers.
  - Mentoring en el model de negoci.
- Organització d'esdeveniments.
  - Accions de networking entre les empreses del territori transfronterer. Temàtiques: gourmet/alimentació, termal/salut, turisme i comerç.
  - CCI PirineusMed International Business Meeting. Sector vins i gourmet.
- Eines de mobilitat
  - App CCI PirineusMed.
  - Borsa de traspassos.
  - Club empresari transfronterer.
- Comunicació

Pressupost aproximat Cambra Lleida: 400.000 €
Pressupost total aproximat: 1.200.000 €
Cambres participants:

Cambra de Comerç Indústria i Serveis d'Andorra

CCI PERPIGNAN

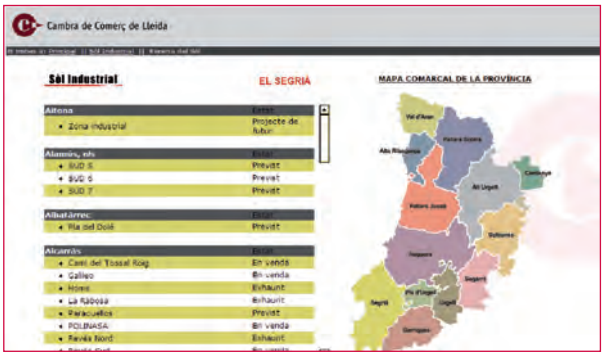
Cambra de Comerç de Lleida

Cambra de Comerç de Girona

## PARCS EMPRESARIALS

La Cambra compta amb una base de dades de sòl industrial, on qualsevol empresari pot veure la disponibilitat d'espais en els polígons del diferents municipis de la província de Lleida.

www.lleidasolindustrial.com.



# COMERÇ INTERIOR

Des de la Cambra de Comerç de Lleida estem treballant per fer del Comerç Minorista una activitat competitiva i vertebradora del territori. El nostre objectiu és ajudar a mantenir el correcte equilibri entre els diferents models de comerç.

Des del Servei de Comerç Interior d'aquesta Cambra posem a disposició dels nostres associats una àmplia gamma de serveis en aquest sector:

## SERVEIS

SERVEIS FONAMENTALS

### AJUTS I SUBVENCIONS

S'assessora de totes les subvencions i ajuts que beneficien al sector comercial en qualsevol àmbit:

- Promoció ocupació autònoma.
- Incentius a la inversió en determinades zones a dinamitzar.
- Subvencions financeres per préstecs.
- Subvencions per reformes.
- Etc...

### OBERTURA I FUNCIONAMENT D'UNA NOVA EMPRESA COMERCIAL

Integrat en el Servei de Creació d'empreses, la Cambra facilita tota la informació i l'assessorament necessari per la creació d'una nova empresa comercial: Ajudant a l'elaboració d'un pla d'empresa que permet la planificació integral del nou negoci així com l'anàlisi econòmica i financera del mateix per tal d'establir la viabilitat i rendibilitat del futur projecte.

Al llarg de l'any 2015 s'han assessorat un total de: 36 emprenedors, i creat 11 projectes. En definitiva, el total d'hores empleades en assessorament per la creació de nous comerços és de 300 hores.

### DIAGNOSI DEL PUNT DE VENDA

Amb l'objectiu de millorar la competitivitat del sector posem a disposició dels empresaris del sector comercial un servei directe i personalitzat per a tots aquells que desitgin una diagnosi del seu comerç. Un assessor Tècnic Comercial de la Cambra visitarà l'establiment i s'entrevistarà amb l'empresari per poder analitzar una a una les variables condicionants de l'èxit del seu negoci: localització, estratègia producte, preu i clientela entre altres. D'aquesta manera s'extrauran una sèrie de conclusions i recomanacions que ajudaran l'empresari a fer el seu comerç més competitiu.

### NOUS MODELS COMERCIALS: LES FRANQUÍCIES

Aquesta jove forma de comercialització ha tingut un creixement espectacular en els darrers anys i s'ha transformat en el sistema més exitós d'expansió empresarial en l'actualitat.

### OFERTA COMERCIAL I ASSOCIACIONS DE COMERCIANTS

### TEMES FISCALS

### LEGISLACIÓ AUTONÒMICA, NACIONAL I COMUNITÀRIA

### PUBLICACIONS DEL SECTOR

### FORMACIÓ

La formació professional del comerciant i la seva adequació a les formes canviants de la demanda, formen part dels objectius establerts pel Servei de Comerç Interior. Això queda reflectit en l'oferta formativa exposada en el punt 5.

### DIVULGACIÓ D'INFORMACIÓ SOBRE ASSUMPTES D'INTERÈS PEL COMERÇ

- Decret d'horaris Comercials
  Calendari d'obertura dels establiments comercials els diumenges i festius.
- Junta Arbitral de Consum de Catalunya
  La Junta Arbitral de Consum de Catalunya té com a finalitat donar solució als conflictes que es presentin entre consumidors i empresaris.
- Informació de les principals fires internacionals del sector del comerç.

### CONVENI AMB ANCECO

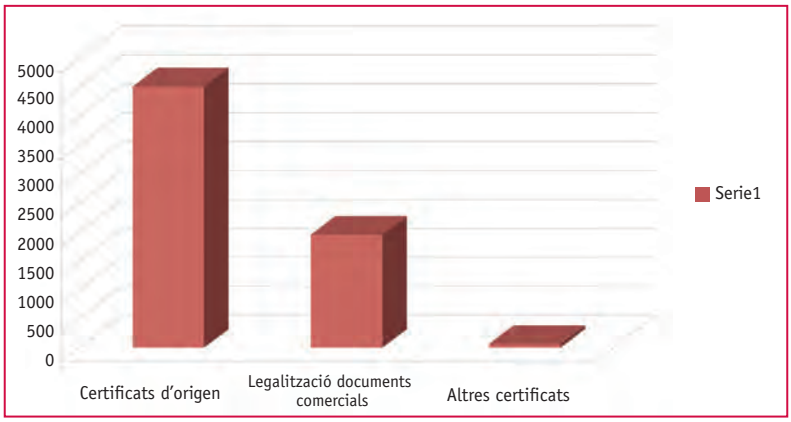
El 3 de novembre de 2.004 es signà el conveni de col·laboració amb ANCECO (Associació nacional de centrals de Compra), durant aquest any 2.015 s'ha continuat col·laborant, informat i sensibilitzant sobre la importància de les centrals de compra en el moment actual.

# 9 tràmits

## CERTIFICATS D'ORIGEN I ALTRES DOCUMENTS DE COMERÇ EXTERIOR

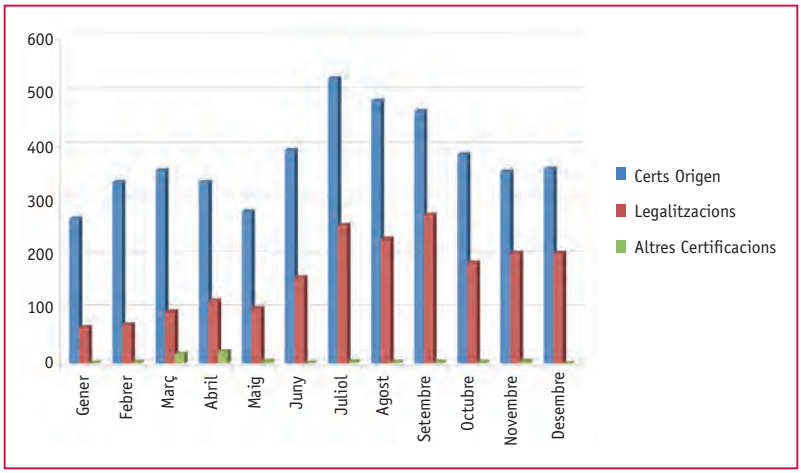
### CERTIFICATS D'ORIGEN I LEGALITZACIONS DE DOCUMENTS 2015

| | |
|---|---|
| **Certificats d'origen** | 4.512 |
| **Legalització documents comercials** | 1.950 |
| **Altres certificats** | 60 |



## RESUM CERTIFICATS ORIGEN I LEGALITZACIONS ANY 2015

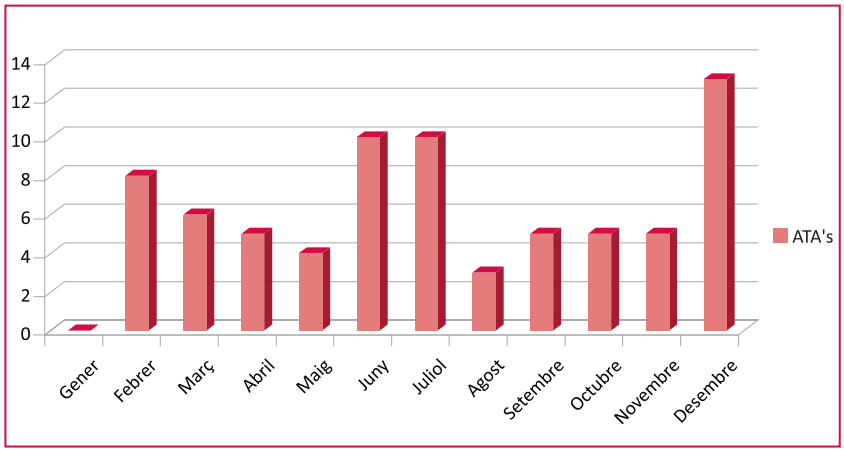
| MES | Cetificats d'origen<br>Número | Legalització de factures<br>Número | Altres certificacions<br>Número |
|---|---|---|---|
| Gener | 265 | 66 | 1 |
| Febrer | 332 | 71 | 2 |
| Març | 354 | 95 | 17 |
| Abril | 332 | 115 | 22 |
| Maig | 278 | 101 | 4 |
| Juny | 391 | 158 | 1 |
| Juliol | 523 | 253 | 3 |
| Agost | 482 | 228 | 2 |
| Setembre | 463 | 272 | 2 |
| Octubre | 383 | 185 | 2 |
| Novembre | 352 | 203 | 4 |
| Desembre | 357 | 203 | 0 |



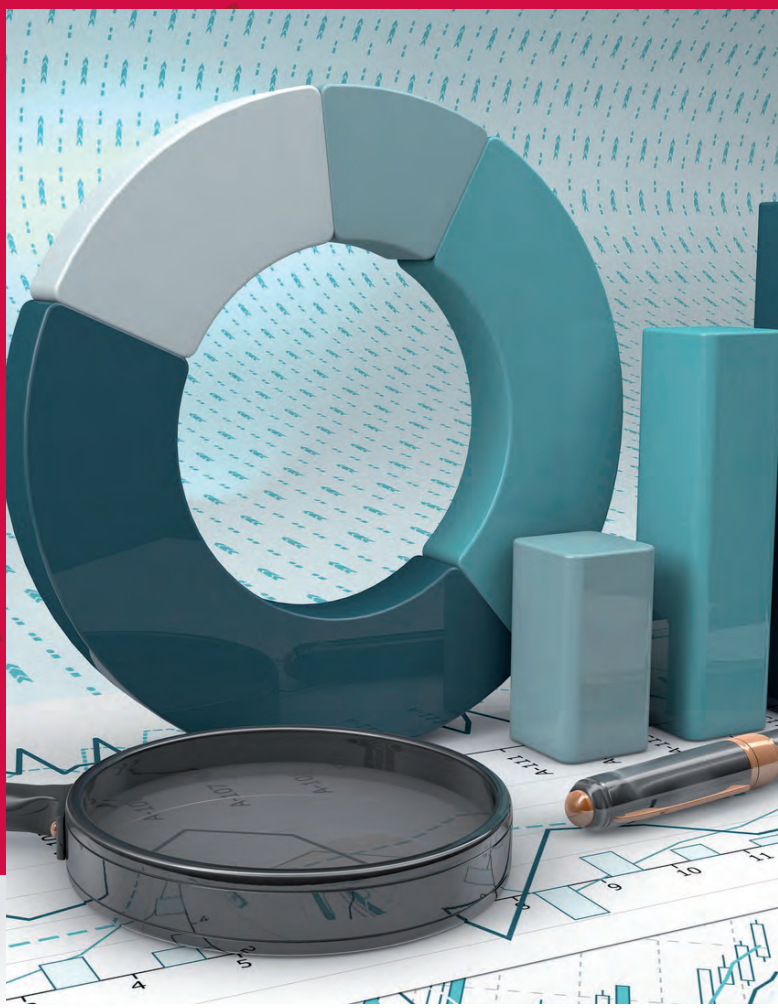

# QUADERNS ATA

## RESUM QUADERNS ATA ANY 2015

| MESOS | ATA's |
|---|---|
| Gener | 0 |
| Febrer | 8 |
| Març | 6 |
| Abril | 5 |
| Maig | 4 |
| Juny | 10 |
| Juliol | 10 |
| Agost | 3 |
| Setembre | 5 |
| Octubre | 5 |
| Novembre | 5 |
| Desembre | 13 |



# 10 informació empresarial



## INFORMES

### RITME ECONÒMIC

Donada la falta d'informació econòmica existent en les terres de Lleida, l'any 2007 es va creure oportú endegar una iniciativa conjunta entre l'Institut d'Estadística de Catalunya i les Cambres de Comerç de Lleida i Tàrrega, que té com a objectiu analitzar la conjuntura econòmica de Lleida, mitjançant una publicació inicialment semestral i actualment trimestral: el **Ritme Econòmic.**

Així doncs, el Ritme Econòmic neix per aportar a tota la societat lleidatana, especialment als empresaris i agents econòmics, un major coneixement del marc econòmic actual, i permetrà tanmateix, exemplar a exemplar, observar l'evolució de les variables, i per tant el seguiment dels diferents paràmetres.

En el document Ritme Econòmic es pot trobar la tendència seguida per les empreses en el trimestre estudiat, així com les expectatives previstes pel següent trimestre per part dels agents econòmics enquestats. D'altra banda, en cada publicació s'inclouran aspectes d'actualitat per l'economia lleidatana i comparatius amb altres períodes de temps o altres territoris de l'Estat Espanyol.

L'informe s'ha estructurat de manera clara i entenedora; estructura que es seguirà cada trimestre per tal d'ajudar al lector en la seva comprensió. Dividirem la informació en cinc grans blocs:

- Valoració del trimestre estudiat.
- Expectatives pel proper trimestre.
- Comparativa amb altres anys.
- Comparativa amb Catalunya.
- Evolució.

Dins aquests blocs trobem les explicacions referents als mateixos, complementades amb gràfics i taules, intentant aconseguir d'aquesta manera una lectura àgil i entenedora. Altrament també es destaca el més interessant mitjançant titulars explicatius.

L'enquesta valora l'economia analitzant-la per sectors: indústria, construcció, comerç a l'engròs i al detall, i resta de serveis. Els temes industrials, per aconseguir una informació més acurada, també es presenten dividint la informació per subsectors, en aquest apartat trobem: indústria alimentària, indústria tèxtil, indústria del metall, extractives i transport, i indústria de la fusta, paper i altres.

El Ritme Econòmic, en definitiva, vol ésser una eina útil, que de manera gràfica i textual, reculli els fets i esdeveniments més importants del nostre entorn econòmic.

## RESUM DE LES DADES MÉS IMPORTANTS DE 2015

L'anàlisi es fa de manera trimestral, d'aquesta manera i després d'haver-se realitzat les trucades pertinents, obtenim les dades:

### Valoració del quart trimestre de 2015

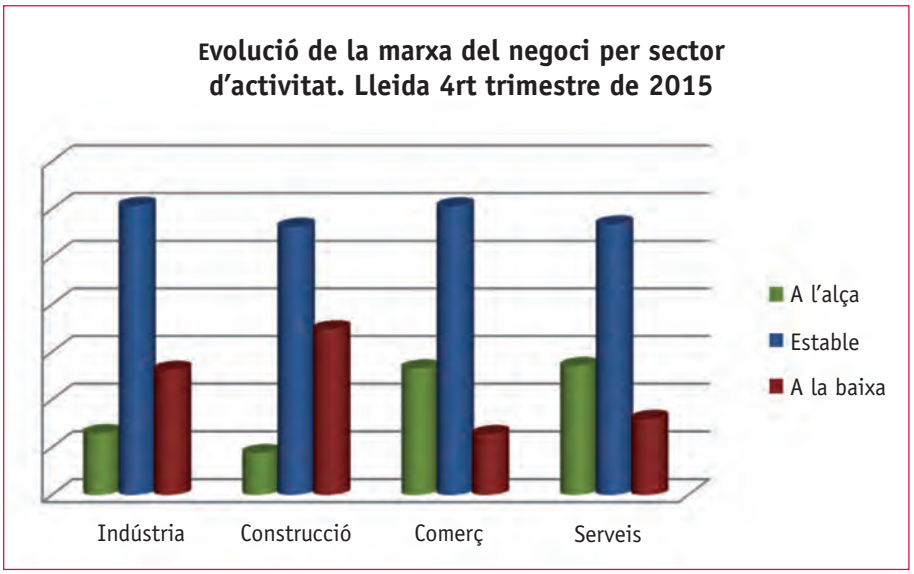
Els resultats sobre la pregunta de la marxa del negoci segons la divisió en quatre grans sectors econòmics es mostren en la següent taula.

1.PRINCIPALS INDICADORS DE CLIMA EMPRESARIAL. LLEIDA. 4RT TRIMESTRE DE 2015

Marxa del negoci per sector d'activitat.

| | A l'alça | Estable | A la baixa | Saldo |
|---|---|---|---|---|
| **Total** | | | | |
| Marxa actual | 21,6 | 58,4 | 20,0 | **1,6** |
| Expectatives | 18,4 | 66,0 | 15,6 | **2,9** |
| **Indústria** | | | | |
| Marxa actual | 13,0 | 60,7 | 26,3 | **-13,4** |
| Expectatives | 11,1 | 71,2 | 17,7 | **-6,6** |
| **Construcció** | | | | |
| Marxa actual | 8,8 | 56,3 | 34,8 | **-26,0** |
| Expectatives | 8,8 | 69,0 | 22,1 | **-13,3** |
| **Comerç** | | | | |
| Marxa actual | 26,6 | 60,6 | 12,8 | **13,8** |
| Expectatives | 17,7 | 61,5 | 20,8 | **-3,1** |
| **Serveis** | | | | |
| Marxa actual | 27,1 | 56,8 | 16,0 | **11,1** |
| Expectatives | 25,1 | 64,3 | 10,6 | **14,5** |

- La marxa del negoci ha estat positiva per a tots els sectors d'activitat excepte per la Construcció i la Indústria. El Comerç és el sector que mostra una marxa més positiva.
- Les expectatives més positives son pel sector Serveis.



## 2.PRINCIPALS INDICADORS DE CLIMA EMPRESARIAL. LLEIDA. 4RT TRIMESTRE DE 2015

Marxa del negoci per branques d'activitat del sector industrial.

| | A l'alça | Estable | A la Baixa | Saldo |
|---|---|---|---|---|
| **Alimentació, begudes i tabac** | | | | |
| Marxa actual | 2,1 | 72,3 | 25,5 | **-23,4** |
| Expectatives | 2,1 | 93,6 | 4,3 | **-2,1** |
| **Tèxtil, confecció, cuir i calçat** | | | | |
| Marxa actual | 0,0 | 90,9 | 9,1 | **-9,1** |
| Expectatives | 16,8 | 74,1 | 9,1 | **7,7** |
| **Fusta, suro, paper i arts gràfiques** | | | | |
| Marxa actual | 7,4 | 47,8 | 44,8 | **-37,3** |
| Expectatives | 0,0 | 62,9 | 37,1 | **-37,3** |
| **Químiques, cautxú i altres** | | | | |
| Marxa actual | 11,5 | 42,1 | 46,4 | **-34,9** |
| Expectatives | 11,5 | 36,4 | 52,1 | **-40,5** |
| **Metal·lúrgica i productes metàl·lics** | | | | |
| Marxa actual | 6,8 | 60,5 | 32,7 | **-26,0** |
| Expectatives | 6,8 | 67,5 | 25,8 | **-19,0** |
| **Fabricació d'equips mecànics, elèctrics, electrònics i òptics** | | | | |
| Marxa actual | 70,8 | 9,7 | 19,4 | **51,4** |
| Expectatives | 48,6 | 41,7 | 9,7 | **38,9** |
| **Altres indústries manufactureres** | | | | |
| Marxa actual | 29,6 | 70,4 | 0,0 | **29,6** |
| Expectatives | 22,7 | 70,4 | 6,9 | **15,8** |

- La industria **de fabricació d'equips mecànics, elèctrics, electrònics i òptics juntament amb la d'altres indústries manufactureres** son les branques d'activitat amb una marxa del negoci i unes expectatives **més destacades i positives.**
- Les dades més negatives son pel sector de la fusta, suro, paper i arts gràfiques i les químiques, cautxú i altres.

## 3.PRINCIPALS INDICADORS DE CLIMA EMPRESARIAL. LLEIDA. 4RT TRIMESTRE DE 2015

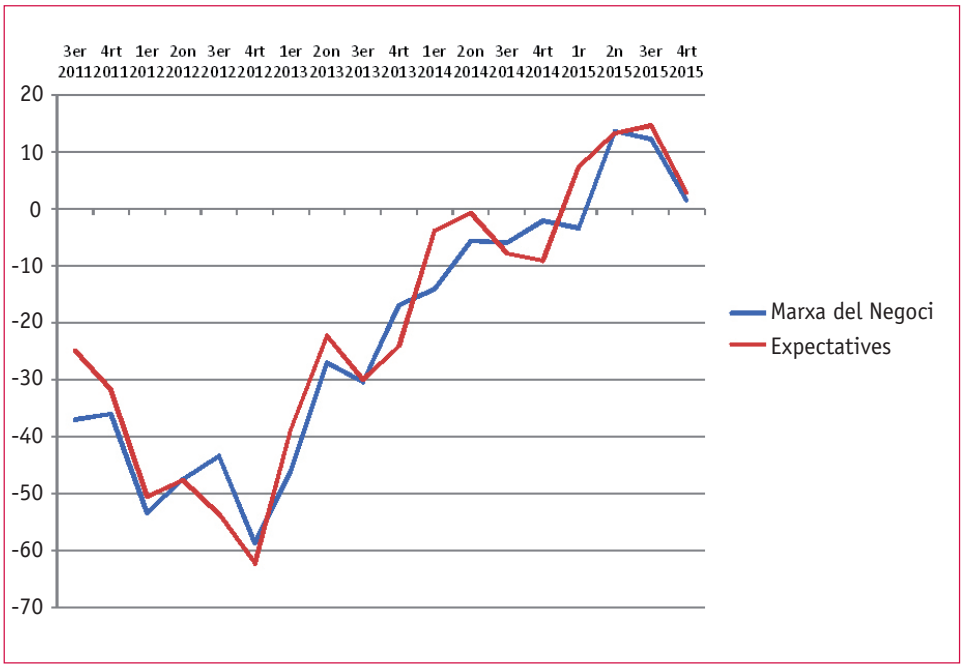
Marxa del negoci per sector d'activitat comparatiu amb Catalunya.

| | Lleida | Catalunya |
|---|---|---|
| **Indústria** | | |
| Evolució respecte del trimestre anterior | -13,4 | **10,7** |
| Expectatives | -6,6 | **8,5** |
| **Construcció** | | |
| Evolució respecte del trimestre anterior | -26,0 | **0,3** |
| Expectatives | -13,3 | **-3,2** |
| **Comerç** | | |
| Evolució respecte del trimestre anterior | 13,8 | **9,2** |
| Expectatives | -3,1 | **3,3** |
| **Serveis*** | | |
| Evolució respecte del trimestre anterior | 11,1 | **8,4** |
| Expectatives | 14,5 | **5,6** |

*Nota: Les dades per Catalunya no inclouen el sector hoteler. En l'enquesta de Clima empresarial de Catalunya es troba desagregat.

- Les dades sobre l'evolució de la marxa del negoci **són més positives al conjunt de Catalunya que a Lleida en el sector de la Indústria i la Construcció.** En la resta de sectors d'activitat les dades son lleugerament més positives a Lleida, sobretot en el cas del sector comerç.
- En relació a les expectatives per al proper trimestre son més positives a Catalunya en tots els casos exceptuant els Serveis.

## 4. EVOLUCIÓ DE LA MARXA DEL NEGOCI FINS AL 4RT TRIMESTRE DE 2015



# 11 altres serveis

## RELACIONS COMERCIALS 2015

| MESOS | |
|---|---|
| Gener | 16 |
| Febrer | 2 |
| Març | 3 |
| Abril | 4 |
| Maig | 13 |
| Juny | 6 |
| Juliol | 6 |
| Agost | 4 |
| Setembre | 3 |
| Octubre | 6 |
| Novembre | 2 |
| Desembre | 3 |

## RELACIÓ DE SALES CEDIDES DURANT EL 2015

**FEBRER**

DIA

5 - ESADE ALUMNI
16 - TURISME DE LLEIDA
17 - TURISME DE LLEIDA
18 - HARNET SOLUCIONS
24 - COL·LEGI D'ASSEGURANCES
26 - AESFORM
- PARTIT POPULAR
27 - COFRUSE

**MARÇ**

DIA

4 - DANIEL GABARRÓ
11 - ESADE ALUMNI
12 - EDULLESA
19 - ADECCO

**ABRIL**

**DIA**

15 - COL·LEGI D'ASSEGURANCES
21 - FIATC ASSEGURANCES

**MAIG**

**DIA**

6 - COL·LEGI D'ASSEGURANCES
7 - BUREAU VERITAS
15 - ICAEN
26 - MANVET
28 - LA GREMIAL
29 - ACADÈMIA MARTÍNEZ

**JUNY**

**DIA**

9 - COL·LEGI D'ASSEGURANCES
16 - PRODECA
23 - CASH FRESC

**JULIOL**

**DIA**

1 - CÁMARA DE COMERCIO DE TERUEL
3 - AFRUCAT
9 - COL·LEGI D'ASSEGURANCES

**SETEMBRE**

**DIA**

2 - BBVA
17 - SOLVE CONSULTORIA
18 - CIMALSA
23 - COL·LEGI D'ASSEGURANCES
24 - RAFAELA OSUNA
25 - I.F.R.

**OCTUBRE**

**DIA**

20 - COL·LEGI D'ASSEGURANCES
26 - COL·LEGI D'ASSEGURANCES
28 - COL·LEGI D'ASSEGURANCES
29 - COL·LEGI D'ASSEGURANCES

**NOVEMBRE**

**DIA**

2 - COL·LEGI D'ASSEGURANCES
3 - PRODECA
4 - COL·LEGI D'ASSEGURANCES
5 - AGÈNCIA DE RESIDUS DE CATALUNYA
- BBVA
9 - COL·LEGI D'ASSEGURANCES
11 - COL·LEGI D'ASSEGURANCES
13 - BUREAU VERITAS
16 - COL·LEGI D'ASSEGURANCES
18 - RAFAELA OSUNA
- COL·LEGI D'ASSEGURANCES
23 - BBVA
- COL·LEGI D'ASSEGURANCES
24 - BANASEGUR
25 - COL·LEGI D'ASSEGURANCES
26 - FRILESA
30 - AGROALMENDRA
- COL·LEGI D'ASSEGURANCES

**DESEMBRE**

**DIA**

7 - COL·LEGI D'ASSEGURANCES
9 - COL·LEGI D'ASSEGURANCES
10 - ESADE ALUMNI
14 - COL·LEGI D'ASSEGURANCES
16 - COL·LEGI D'ASSEGURANCES

Gran
Botiga
petita!
Lleida

Amb agraïment
als col·laboradors:

Cambra de Comerç
de Lleida

Anselm Clavé, 2
25007 Lleida
Tel. 973 23 61 61
Fax 973 24 74 67
lleida@cambralleida.org
www.cambralleida.org