



La gaceta del Agente Comercial

SUMARIO

ARTÍCULOS

3. Asamblea General.
4. Agents & Brokers.
6. Nuevo plazo para que los Autónomos soliciten la Cobertura por Accidente de Trabajo y Enfermedad Profesional.
8. Conclusiones de la Jornada de Sta. Cruz de Tenerife.
13. Préstamos Hipotecarios.
14. Informe de Auditoría.

SERVICIOS

- 9, 10 y 11. Mercado del Agente.
12. Servicio Fiscal: Directiva sobre Fiscalidad en el Ahorro.
Servicio Jurídico: El Buen Fin de las Operaciones Comerciales Concluidas por el Agente.
Circulares.
15. Actos Colegiales

VISÍTANOS EN:
www.cgac-cedac.org



Ilmo. Sr. D. IGNACIO CRUZ ROCHE

El pasado día 1 de mayo de 2004, tomo posesión de su cargo, como DIRECTOR GENERAL DE POLÍTICA COMERCIAL, el Ilmo. Sr. D. IGNACIO CRUZ ROCHE.

Ha pasado ya más de un año desde su toma de posesión, por lo que nos puede aclarar con una mayor perspectiva, los aspectos más relevantes que se están llevando a cabo desde esta Dirección General.

Nacido en Sevilla en 1948, casado con dos hijos.

Su trayectoria profesional nos muestra su conocimiento del mercado español y de los mercados europeos.

Ha sido Catedrático Numerario de Economía de la Empresa, Universidad Autónoma de Madrid (1-10-1980). Catedrático Numerario de Comercialización e Investigación de Mercados, Universidad Autónoma de Madrid, (18-12-1984). Director del Departamento de Financiación e Investigación de Mercados (1978-86, 1990-2000 y 2003-04). Ha sido Vicerrector de Planificación y Relaciones Institucionales (2000-02) y Secretario General (1979-82) de la Universidad Autónoma de Madrid.

Ha sido Coordinador del Observatorio de la Distribución Comercial del Ministerio de Economía y Hacienda (1996).

Comparecencia como experto ante la Comisión del Congreso de los Diputados para el Pacto de Toledo (22 junio de 1994) y para la valoración de los resultados obtenidos por el Pacto de Toledo (2001).

Miembro del grupo de trabajo de Comercio Interior del PSOE desde 1996 hasta la actualidad.

Director de la Cátedra Unilever de Marketing en la Universidad Autónoma de Madrid. Director del Master en Marketing del Centro Internacional Carlos V de la Universidad Autónoma de Madrid desde su creación en el Curso 1990-91 hasta 2004. Miembro del Jurado de Autocontrol de la Publicidad (1996-2002). Miembro del Consejo de Redacción de la Revistas "Estudios sobre Consumo", "Revista de Economía y Sociología del Trabajo", "Recherche et Applications en Marketing", "Revista Española de Investigación en Marketing" y "Distribución y Consumo".

Premios Daper y COVACO al mejor artículo de divulgación en distribución comercial. (Continúa en la página 7)



ASAMBLEA GENERAL

El pasado día 17 de junio de 2005, se celebró la primera Asamblea General de esta Corporación, celebrada de conformidad con los preceptos del nuevo Estatuto Colegial, publicado el pasado 16 de febrero de 2005 en el Boletín Oficial del Estado.

De su desarrollo les ofrecemos una amplia información en la página 3 de esta Gaceta.

La ética es, sin lugar a dudas, un valor en alza en la sociedad actual. En cualquier profesión se exige una responsabilidad que se acrecienta en el caso de los profesionales de las ventas. Los agentes comerciales, los intermediarios entre las dos orillas de las ventas, conocemos de primera mano las necesidades de nuestros clientes. Somos el termómetro de la economía, y por lo tanto, se nos exigen responsabilidades. Ante la información privilegiada con la que contamos se hace imprescindible la colegiación. De ahí la importancia de emplear agentes comerciales que ostenten la categoría de colegiados, porque estos trabajadores gozan del respaldo de la Institución colegial.

Pero nosotros, los agentes comerciales colegiados, también tenemos en nuestra mano la oportunidad de ofrecer un diagnóstico preciso para la sociedad. Nuestro trabajo, siempre de puerta en puerta, cara a cara con los clientes, nos permite estar en contacto directo con lo que ocurre en la calle. A pesar de vivir en un mundo

globalizado, bajo el imperio de las nuevas tecnologías, los profesionales de las ventas somos grandes conocedores de los cambios que operan a nuestro alrededor. Tenemos, por lo tanto, una oportunidad de humanizar este entorno cada día más competitivo, incluso cruel en el que los valores cada vez están más

La Ética, un Valor en Alza

olvidados. Lo vemos a diario en los informativos y en las páginas de los periódicos, vivimos en una sociedad en la que la búsqueda del interés propio en la norma.

Por lo tanto, los agentes comerciales colegiados debemos extender nuestra ética a nuestro trabajo, no sólo en el aspecto económico sino también en lo social.

No todo vale en las ventas, la formación y el respaldo institucional son claves en el ejercicio de la profesión. Para los jóvenes que desean introducirse en el área comercial el nivel de formación general no es una barrera.

En el caso de los agentes comerciales no es necesario haber cursado una carrera universitaria, excepto si se desea trabajar en sectores que demandan una alta especialización. Sin embargo lo que si se requiere es formación específica en técnicas de venta, informática y, cada vez más, en idiomas. La mejor forma de adquirir esos conocimientos es a través de los cursos que imparten los Colegios de Agentes Comerciales.

JOSÉ MOLTÓ CALATAYUD
Presidente del Consejo General
del Colegio de Agentes Comerciales de España

LA FUNDACIÓN INFORMA... Inquietudes

Seamos conscientes de lo que nos está pasando, entreguémonos a ello. Así se cuida y se construye el vínculo de nuestra Profesionalidad.

Inquietudes que todos los días tenemos y no meditamos puede ser el alejamiento de nuestros proyectos y pretensiones.

Inquietud por dejar el día al completo de todo lo que habías programado en la agenda, y es normal que muchos días no haya sido posible hacerlo todo.

¿Y porqué?, pues porque tienes **inquietudes**, además del objetivo de vender, tienes la **inquietud** de observar la competencia, de programar nuevas promociones, de reinventarte cada momento, de facilitar la comunicación entre cliente-empresa.

Las prioridades que deberían ser más importantes para Ti, son esas **inquietudes** que siempre tienes y que pocas veces pones en práctica por falta de tiempo.

Inquietud Profesional de mejorar las prestaciones sociales, poner de manifiesto todas las carencias que aprecias cada día, que por falta de tiempo no manifiestas.

Inquietud de observar y no poder hacer nada porque vemos cómo a nuestro alrededor el que sabe se calla y el que no sabe quiere enseñarlo todo.

Inquietud de poder dejar satisfecho al cliente y

para ello tener que salvar las barreras de comunicación, servicios y calidades que cuando menos te lo esperas falla.

La **Inquietud** del próximo pedido, poder contar con él y que a veces no está tan seguro.

La lucidez es fundamental a la hora de analizar la situación y transmitir **inquietudes**.

Debemos seguir avanzando y escuchar el mensaje de nuestro interior.

Hoy tenemos más que nunca que fijar un verdadero rumbo Profesional para responder a las **inquietudes** y dar un nuevo aliento al futuro.

Por eso debes tener la **inquietud** de no caer en la rutina, pues ese es el mayor enemigo del Agente Comercial.

Dijo Neruda "Me gustas cuando callas porque estas como ausente". Pues a mi no me gusta que calles, me gusta que manifiestes tus **inquietudes** y me hagas llegar todo cuanto te preocupa y te **inquieta**, pues solo así podremos llegar donde Tú quieres.

Ten en cuenta que así veras tus sueños hechos realidad.

Ignacio Manzano Martín
Vicepresidente de la Fundación
de los Agentes Comerciales

PATRONATO DE LA FUNDACIÓN DE LOS AGENTES COMERCIALES

Presidente

D. José Moltó Calatayud

Vicepresidente

D. Ignacio Manzano Martín (Castilla-León)

Secretario

José A. Blanco de Lara

Tesorero

Juan Pedro López Olivares (Murcia)

Patronos

Manuel Diánez Morán (Andalucía), Miguel Pardo Rey (Aragón),
Antonio Montero Vázquez (Asturias),
Roberto Soler Gomila (Baleares),
Oscar Castro Mojica (Canarias)
José María Martínez Pi (Castilla-La Mancha)
Josep Rifá Sais (Cataluña), Saturnino Jiménez Díaz (Extremadura),
Orencio Martínez Conde (Galicia)
Juan José López Sorrosal (La Rioja),
José Javier Fonseca Pérez de Azpeitia (Navarra)
Luis Larrumbide Moreno (País Vasco),
Antonio Soriano Aznar (Valencia)
Raúl Elvira de la Morena (Consejo General)

Con la colaboración del

CONSEJO GENERAL DE LOS COLEGIOS DE AGENTES COMERCIALES

Presidente

D. José Moltó Calatayud

Secretario

José Alejandro Blanco de Lara

Tesorero

Armando Escribano Molina

Contador

Raúl Elvira de la Morena

Vocales

Antonio Arroyo Escribano, Luis Parra Soulouzan,
Jesús Requena Rodríguez, Miguel Ángel Romeo Hernández,
José Antonio Monllao Viña, José Alberto Melero Pérez,
Jesús Fernando Silva Portela, José Joaquín Gozalbo Oliver,
Emilio Fernández Corral, Juan Pedro López Olivares,
Ramón Esteve Burgaya

Diseño y Maquetación: puntodevista.felipe@gmail.com

Fotomecánica: CAÑIZARES A.G.

Impresión: ALTAMIRA

Depósito Legal: TO 992-1996

Publicidad, Redacción:

FUNDACIÓN DE LOS AGENTES COMERCIALES

C/ Goya 55, 28001 Madrid

Tel. 902 366 956 - Fax 91 577 03 70

ASAMBLEA GENERAL



El pasado día 17 de junio de 2005, tuvo lugar en Madrid, en el Sala Valle Inclán del Círculo de Bellas Artes, la Asamblea General del Consejo General de Colegios de Agentes Comerciales de España, bajo la Presidencia de D. JOSE MOLTÓ CALATAYUD. La primera celebrada de conformidad con lo establecido en los preceptos del nuevo Estatuto Colegial, con una numerosa presencia de Presidentes de Colegios y de los Consejos Autonómicos.



Inició las intervenciones el Sr. Presidente dando la bienvenida a todos los asistentes, pasando a continuación al estudio y debate de los puntos que constituían el Orden del Día.

A continuación intervino el Sr. Letrado Asesor del Consejo General, para informar sobre los principios generales que inspiraron la reglamentación que se sometía a debate, comenzando por el estudio pormenorizado del Reglamento de la Asamblea General, haciendo un especial desarrollo del artículo 30.1 y 30.4 del Estatuto General, referentes a su constitución, al voto y su delegación y a la ponderación del voto.

Se suscitó la cuestión de si es oportuna la posibilidad de que una persona pueda ostentar varias delegaciones, o si sería preferible que solo pudiera ostentar una delegación, de forma que se "obligara" a los Colegios a asistir y se evitara la coincidencia de muchas representaciones -y por tanto muchos votos- en una sola persona.

Por el Sr. Letrado Asesor se resaltó la desigualdad existente en algunos Colegios entre el número de colegiados, el número de Colegios pertenecientes a la Autonomía y el número de votos que pueden ejercer en la Asamblea.

Esta desigualdad se vería compensada en otros órganos, como por ejemplo en los votos que disfrutaría cada miembro de la Junta de Gobierno de esta Corporación.

Todos los participantes se muestran de acuerdo con que exista la mayor simplicidad posible tanto en el desarrollo de la normativa reglamentaria, como en su aplicación.

Se informa del error observado en la redacción del artículo 31.5 de los Estatutos, ya que las referencias que se hacen a los apartados b) y h) del artículo 28.2, deben referirse a los apartados b) y g).

Por unanimidad se acordó modificar el contenido del artículo 31.5 de los Estatutos, que quedará por tanto con la siguiente redacción: "31.5.- Corresponden a la Junta de Gobierno todas las funciones del Consejo General enumeradas en el

artículo 28.2, salvo las contenidas en los apartados b) y g) que correspondan a la Asamblea".

A continuación se pasa al estudio del Reglamento de la Junta de Gobierno del Consejo General, se hace referencia a su composición, así como al ejercicio del voto en este órgano, resaltando especialmente los temas relativos a ponderación y delegación.

Igualmente se aprecia que en el Art. 31.7 de los Estatutos Generales existen dos fechas distintas para tener en consideración el censo a efectos del cálculo de los votos que tienen los representantes de las autonomías en la Junta de Gobierno, solicitando que a todos los efectos se tenga en consideración el censo cerrado a 31 de diciembre último, siendo por tanto aprobado por la Asamblea la modificación del segundo párrafo del artículo 31.7 de los Estatutos, en el sentido de que la fecha a tener en cuenta para el cálculo de los votos correspondientes a los representantes de las Autonomías en la Junta de Gobierno sea el 31 de diciembre anterior.

En relación con la aplicación del Art. 42.4 de los Estatutos Generales, aunque su contenido pueda ser objeto de distintas interpretaciones, se inclinaron los presentes por una de carácter estricto, planteándose la posibilidad de que cada miembro de la Junta de Gobierno sólo pueda disponer del número de votos que le otorguen los Colegios que estén al corriente en sus obligaciones.

A continuación se pasa al estudio del Reglamento de la Comisión Permanente del Consejo General, informándose sobre la composición de la misma, modo de elección de sus componentes y sobre la redacción que ha tenido el Art. 32 de los actuales Estatutos Generales, y cómo se ha recogido su contenido en los distintos proyectos que se han realizado.

La Asamblea acordó por unanimidad aprobar con carácter provisional los Reglamentos de Asamblea, de Junta de Gobierno y Comisión Permanente de Consejo.

A continuación se explicaron los principios generales de la normativa electoral que será objeto de aprobación en una próxima Asamblea.

Una vez terminado el debate relativo a la normativa reglamentaria del Consejo General, se pasó al estudio de la elaboración de un Reglamento de Régimen Interior tipo para los Colegios.

Se indicó que la realización de un Reglamento de Régimen Interior Tipo para los Colegios es un mandato que se recoge en la Disposición Adicional Única de los Estatutos Generales, dejando claro que no es obligatoria la existencia de un Reglamento Interno en cada Colegio.

Así mismo se aclara que el Reglamento de Régimen Interior Tipo no puede contradecir lo establecido en una norma autonómica. El Reglamento que se está elaborando es un modelo general, en el que cada Colegio, si así lo desea, pueda introducir las especialidades de su realidad autonómica. Pero no existe intención del Consejo General en redactar un Reglamento por Autonomía.

Los temas que suscitaron más debate de esta normativa fueron los siguientes:

- Las competencias de la Comisión Permanente, sobre todo si puede adoptar acuerdos con carácter de urgencia sobre materias cuya competencia es de la Junta de Gobierno y el nombramiento de sus miembros.
- La existencia de colegiados no ejercientes, previsto en el Art. 1,3 de los Estatutos Generales.

La Asamblea en decidió estudiar pormenorizadamente todos los temas expuestos y someter la aprobación del Reglamento Tipo en una próxima reunión que celebre.

Finalmente, el Sr. Letrado Asesor informó sobre dos dossier que fueron entregados a los asistentes:

- Un informe sobre la solicitud de exigencia de la Colegiación, al causar alta en el censo del IAE.
- Y la Memoria relativa a la solicitud de modificación de la Ley del Contrato de Agencia.

Se dio por clausurada la Asamblea General con unas palabras del Sr. Presidente, agradeciendo a todos los asistentes el trabajo desarrollado.

Agents & Brokers, nace un nuevo concepto de feria para los agentes comerciales



En septiembre se celebrará la primera edición de la feria internacional multisectorial de los agentes comerciales donde las empresas encontrarán servicios relacionados con la mediación empresarial y la representación de productos y servicios.

Agents & Brokers está organizada por el Colegio Oficial de Agentes Comerciales de Barcelona y cuenta con el apoyo de otras instituciones del ámbito catalán e internacional.

El Colegio Oficial de Agentes Comerciales de Barcelona, COACB, organizará la primera feria de la agencia comercial que se celebrará en Barcelona del 17 al 19 de septiembre. Agents & Brokers es un concepto ferial totalmente innovador, pionero en España, con una proyección internacional y que englobará todos los sectores del mercado.

Bajo el lema: "Un mundo de posibilidades para ampliar tu negocio", el COACB ha concebido esta feria como un espacio integrador de oportunidades de negocio y de promoción de productos, marcas y servicios. Según define el presidente del COACB, Enric Enrech, quien encabeza este proyecto **"Agents & Brokers será una ocasión única, tanto para los mediadores comerciales como para las empresas, para hacer contactos con otros profesionales del entorno comercial, establecer nuevos acuerdos, alianzas, integrar negocio, ampliar la cartera de marcas representadas, entre otras"**.

En esta primera edición, la feria, que se ubicará en el Palacio nº 6 de Fira de Barcelona, prevé la visita de miles de profesionales y empresas, y la presencia de más de cincuenta agentes comerciales expositores.

Agents & Brokers contará con la representación de todos los sectores económicos que mueven el mundo: desde la maquinaria y la automoción, pasando por el textil o la alimentación, hasta la informática o los servicios logísticos. Empresas de estos y otros sectores visitarán los stands expositores para encontrar el servicio, el producto o el profesional que necesitan. Y es que Agents & Brokers será el gran punto de encuentro entre la oferta y la demanda.

Los primeros en mostrar su apoyo a la feria realizando una reserva de espacio expositor, han sido los agentes comerciales integrados en Assomoda, que hasta febrero de 2005 constituían el principal grupo expositor del salón Barcelona Fashion Week, pero al que ya no asistirán en su próxima edición.

El Colegio Oficial de Agentes Comerciales cuenta ya con el total apoyo del Consejo de Colegios de Agentes Comerciales de Cataluña. Se han iniciado también los primeros contactos para establecer acuerdos de colaboración con las principales instituciones catalanes i estatales como son la Generalitat de Cataluña, el Ayuntamiento de Barcelona, la Cámara de Comercio o Fira de Barcelona. Así mismo, el COACB espera contar con el apoyo de empresas, organizaciones gremiales y otros colegios profesionales.

La proyección internacional de esta primera edición de Agents & Brokers irá de la mano de su partner, la IUCAB (Unión Internacional de Agentes Comerciales y Brokers) que con sus más de 450.000 asociados del ámbito internacional, será un pilar importantísimo para la difusión y repercusión de la feria. Para asegurar la representación internacional, la organización ha invitado a participar a representantes de las embajadas, cámaras de comercio y delegaciones comerciales de más 20 países.

El Colegio Oficial de Agentes Comerciales de Barcelona fue miembro fundador de la actual Fira de Barcelona, de la que forma parte mediante su Consejo General. El Colegio tiene también una gran experiencia en la participación y colaboración en ferias, ya que este es el espacio natural donde los profesionales de la agencia comercial y los brokers cierran los negocios. Con la creación y organización de esta nueva feria, el COACB pretende consolidarse nuevamente como un referente en el ámbito ferial.

Para más información:

Departamento de prensa

Begoña Giménez

932319412 // 610623154

premsa@agentsbrokers.net



Jornada sobre **EL AGENTE COMERCIAL: Previsión y Formación**

Madrid, Noviembre de 2005

* * * * *

Patrocinadores:

**Consejo General de Colegios de Agentes Comerciales de España
Instituto de Empleo, Servicio Público de Empleo Estatal del
Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales**

ESCRIBEN NUESTROS COLEGIADOS...

Abrimos una sección nueva a todos nuestros colegiados que tengan inquietudes periodísticas, las colaboraciones no deberán superar una página, a doble espacio y una letra tipo "Times New Roman", "Arial" o similar en tamaño "12". Los artículos deberán ser remitidos a gaceta.ac@cgac.es, los artículos podrán versar sobre cualquier tema de actualidad, reservándose la dirección de la Gaceta del Agente Comercial la potestad sobre su publicación. Indudablemente no serán objeto de publicación aquellos artículos sobre denuncias que no sean probadas o sobre las que este conociendo un órgano judicial, así como las que atenten contra la honorabilidad de las personas.

¿Publicidad o Propaganda?

Es frecuente que al llegar a casa y abrir el buzón nos desborde un montón de papeles repletos de mensajes publicitarios y propagandísticos. Unas veces lo llamamos propaganda y otras publicidad. Pero ¿Conocemos la diferencia? La raya que las separa cada vez está más difusa.

Según nos cuentan los entendidos, "propaganda" proviene del latín, del ámbito eclesiástico de la Congregación de Cardenales denominada "de propaganda fide", creada por el Papa Gregorio XV para difundir el catolicismo y por extensión al trabajo consagrado en propagar doctrinas y opiniones. Posteriormente también se ha venido utilizando hasta el momento con fines de adoctrinamiento político.

En principio la propaganda no persigue un fin lucrativo, aunque en determinadas ocasiones lo dudemos, mientras que, la publicidad persigue un fin estrictamente comercial y lucrativo. También debemos diferenciar la propaganda con la publicidad desarrollada por el "Marketing social" dirigido en como conseguir ingresos económicos para fines benéficos.

Tanto la publicidad como la propaganda utilizan los mismos medios e incluso el mismo lenguaje.

Es cierto que la Iglesia en sus casi 2000 años de historia ha sido ejemplo de organización y envidia de redes comerciales que nunca podrán extenderse en diferentes culturas y rincones del Universo.

Últimamente solo veo publicidad y tengo una duda muy personal. Realmente en la actualidad ¿Existe la propaganda?

Un buen estratega

En el Marketing de guerrillas englobamos a todas aquellas estrategias de Marketing desarrolladas generalmente sin recursos económicos y con derroche de ingenio. Son realizadas en el momento oportuno y a veces de forma impulsiva para aprovechar una ocasión.

La moral alta, un buen producto, una oportunidad, honradez, buen olfato, sinceridad y tesón son algunos de los ingredientes que no deben de faltar nunca al estratega. Siempre atento a todas las fuentes de información.

Podemos pensar en diferentes actuaciones para generar

interesados y conocer el rumbo que debemos tomar a la hora de ofertar nuestros productos. Comprometernos a hacer que nuestro cliente satisfecho sea nuestro medio publicitario en su círculo social realizando el "boca a boca".

El gran estratega, ya sea de "macro" o "microempresa" tiene el olfato necesario para que su producto destaque en algún aspecto sobre los demás. A veces un mejor servicio supera el inconveniente de un precio elevado. Una atención técnica y profesional nos hará mas creíbles. La oferta presentada en el momento oportuno. Un "e.mail" recordando un determinado encuentro o acontecimiento, sin caer en el correo basura o "spam" aborrecidos por todos. Una llamada telefónica concertando una entrevista con la persona indicada. Infinidad de detalles. Multitud de observaciones. Paciencia sin límites. Buenas maneras y mejores formas. Estar presente y de forma activa en nuestro ámbito

Cada pequeña batalla ganada, incrementa el número de clientes potenciales y el efecto de "bola de nieve" se hace realidad. Realiza las ventas pensando en el cliente. Ventas con futuro sin creer en los famosos "pelotazos". Gran rentabilidad a medio plazo.

Agudiza tu ingenio. Se un buen estratega.



Gestión Integral
Agentes Comerciales

CONTACTE HOY CON NOSOTROS 952 26 60 04

PRUEBE NUESTROS PRODUCTOS
30 DÍAS GRATUITAMENTE

C/ Compás de la Victoria Nº 20 - 29012 - Málaga
Fax 952 26 78 70
E-mail : amadeus@load.es <http://www.load.es>

Entre en la informática por la puerta grande



**HP ipaq
2410**

+

**amadeus
Elite
Pda**

524 €



ELIJA SU
VERSIÓN

Empresarial

540 €

Profesional

360 €

Básica

240 €

NO NO INCLUIDO EN LOS PRECIOS
OFERTA VALIDA HASTA FIN DE EXISTENCIAS



LOAD

SERVICIOS INFORMATICOS

Load'es especialista en software a medida,
Compruébelo

NUEVO PLAZO PARA QUE LOS AUTÓNOMOS SOLICITEN LA COBERTURA POR ACCIDENTE DE TRABAJO Y ENFERMEDAD PROFESIONAL

Los trabajadores autónomos dispondrán de un nuevo plazo, desde el 1 de julio al 31 de octubre, para solicitar la cobertura por accidente laboral y enfermedad profesional, según establece el Real Decreto 753/2005, aprobado por el Consejo de Ministros celebrado el pasado día 24 de junio de 2005, publicado en el Boletín Oficial del Estado de 7 julio de 2005.

Con esta medida, el Gobierno atiende la demanda de las organizaciones representativas de los autónomos, que consideraron insuficiente el plazo dado en 2003. Los trabajadores incluidos en el Régimen Especial de Autónomos (RETA) de la Seguridad Social podrán recibir más prestaciones, al poder optar a la cobertura por contingencias profesionales.

Pueden solicitar la cobertura por contingencias profesionales los autónomos que figuren en el RETA el día de la entrada en vigor de este Real Decreto y que en esa fecha hubieran optado ya por la cobertura de la prestación económica por Incapacidad Temporal derivada de contingencias comunes.

La posibilidad de que los trabajadores autónomos puedan ampliar de forma

voluntaria la cobertura de protección a los riesgos derivados de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales se estableció por la Ley de Medidas Fiscales, Administrativas y del Orden Social de 30 de diciembre de 2002. Esta medida legal se desarrolló reglamentariamente por Real Decreto de 10 de octubre de 2003, en el que se estableció un plazo de dos meses, contados a partir de su entrada en vigor, para solicitar esta cobertura y, si no se hacía en esa fecha, deberían pasar tres años para volver a ejercitar la opción.

Ahora se abre una nueva oportunidad para que los autónomos que lo deseen, sin tener que esperar a que transcurran los tres años, puedan solicitar la protección contra las consecuencias de los accidentes de trabajo o de las enfermedades de carácter profesional.

El corto plazo de solicitud, unido a la falta de información sobre las ventajas que ofrece cotizar por esta contingencia, tuvo como consecuencia que muy pocos autónomos hayan optado por tener cubierta la protección en caso de accidente de trabajo y enfermedad profesional.



Hasta 50 representantes de ferretería y suministro industrial podrán reducir un 40% los costos administrativos con el proyecto subvencionado PCGIS, con utilidades como la actualización automática de tarifas

Gracias a este proyecto, los representantes podrán descargar directamente en su programa de gestión, tarifas, ofertas y/o novedades incluso antes de su entrada en vigor, sin teclear un sólo dato. Con esto, se reducen los errores de introducir la información manualmente, las pérdidas de tiempo y principalmente, no se ve mermado el margen de beneficio por no disponer de los precios actualizados a tiempo. Asimismo podrán enviar los pedidos de sus clientes a sus representadas.

Otras de las utilidades son la posibilidad de consultar el stock de sus representadas y el catálogo en tiempo real, con fotografías, características técnicas (grosor, peso...), etc. Además, se puede realizar un trasvase automático de la información de tarifas o pedidos entre el propio programa y la PDA, y entre éstos y la aplicación de los proveedores, ya que TLR, empresa implantadora, adapta las herramientas existentes para que pueda comunicarse entre sí los diferentes programas y sistemas, a través de sus plataformas de conectividad de datos. Se puede optar también a la subvención de programa y/o PDA si no se dispone de ello.

En estos momentos se están recogiendo las últimas adhesiones de agentes comerciales de este proyecto **subvencionado por Artepyme**, impulsado por la Asociación Nacional de Usuarios de Datos Electrónicos (ANUDE) y liderado por ANCOFE (Asoc. Nacional de Cooperativas de Ferreteros), por el que los participantes se diferenciarán de sus competidores, y conseguirán ahorros de hasta el 40%, y reducirán errores al 95%, entre otros beneficios.

Bajo este proyecto se está implantando la conectividad de datos en más de 700 ferreterías, 60 proveedores, 9 grupos, cooperativas y centrales de compra (como Fercodis, Cecoferas, ATB...). Los grupos adheridos ya han implantado utilidades como la actualización de tarifas, incluso algunos están mandando ya pedidos. Por su parte, los asociados (distribuidores) están recibiendo la formación oportuna para empezar a obtener beneficios lo antes posible.

Para más información sobre el proyecto, pueden ponerse en contacto con TLR en el 902 121074 o a través de info@tlrsoft.com.

Ilmo. Sr. D. IGNACIO CRUZ ROCHE

DIRECTOR GENERAL DE POLÍTICA COMERCIAL

¿En qué ha cambiado la Dirección General de Política Comercial y que competencias tiene en la actualidad?

Con el nuevo Gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero, la estructura de la Administración Central del Estado vivió una amplia modificación. En este contexto se creó un Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, que recoge las competencias del Estado en los ámbitos de comercio, tanto exterior como interior, turismo, industria, telecomunicaciones, sociedad de la información y energía y minas.

En esta estructura la Dirección General de Política comercial mantiene una dependencia jerárquica directa de la Secretaría de Estado de Turismo y Comercio a la que se encomienda cuantas acciones sean precisas para la definición, desarrollo y ejecución de la política comercial del Estado, entre ellas las relativas al comercio interior.

Bajo estas premisas la Dirección General mantiene, con algunas modificaciones que amplían su cometido, las competencias para la elaboración y propuesta de normas y acciones para la coordinación y desarrollo del comercio interior, el registro control y seguimiento de modalidades de comercialización de carácter especial, el estudio y análisis de la distribución comercial, la elaboración de planes generales de mejora de la calidad de las empresas del sector, el estudio de la cadena de valor, los procesos de formación de precios y evolución de los márgenes comerciales, el seguimiento de los precios en los distintos niveles de comercialización y, no la menos importante, la promoción, impulso, coordinación y tutela, en su caso, de las Cámaras de Comercio y distintos Colectivos profesionales, entre los que están los Agentes Comerciales.

¿Qué valoración puede hacer de estas competencias? ¿Y qué acciones se están desarrollando en la actualidad?

La valoración es absolutamente positiva. Se ha ampliado el cometido que ya existía en ámbitos como el impulso de la normativa de ámbito nacional proveniente de los procesos e iniciativas comunitarias, el mejor conocimiento del sector, la elaboración de planes generales de apoyo a la mejora de la calidad de las empresas o el estudio de la cadena de valor, el análisis de los procesos de formación de precios y la evolución de los márgenes comerciales. Esto en cuanto a las competencias ya existentes.

Las actuaciones más relevantes en las que ha estado implicada la Dirección General en los últimos tiempos, tanto en el contexto europeo como en el que es competente el Estado o en el que la competencia recae en las Comunidades Autónomas, son las siguientes:

La elaboración de la Directiva marco de prácticas desleales, el Reglamento de promociones de ventas y las Directivas de crédito a los consumidores o de servicios, que tanto puede afectar esta última, al Colectivo de Agentes Comerciales.

La participación directa en la elaboración de la Ley de horarios comerciales, la Ley de medidas de lucha contra la morosidad comercial o el Real Decreto relativo a plazos de pago de productos perecederos y de gran consumo.

En fase ya avanzada, los Reales Decretos relativos a los Registros de empresas franquiciadoras o de venta a distancia.

La ultimación, prorrogada durante 2004, del Plan Marco de Modernización del Comercio Interior y la instrumentación, para el periodo 2005-2008 de un novedoso y muy interesante Plan de Mejora de la Calidad en el Comercio, en estrecha colaboración con las Comunidades Autónomas.

La elaboración, absolutamente necesaria para consolidar la competitividad del pequeño comercio minorista, de una norma de calidad del comercio.

El incremento de la obtención de datos de situación del mercado, especialmente en el ámbito de precios y cotizaciones y la coyuntura del mismo y su procesado, elaboración y difusión en tiempo prácticamente real, tanto en apoyo del conocimiento del sector por los operadores del mismo y las Administraciones implicadas, como en cumplimiento de los compromisos asumidos, a través del Plan Estadístico Nacional como por la información sistemática a transmitir desde el Gobierno a Bruselas y en la intención primordial de coadyuvar a la transparencia del mercado.

La elaboración y publicación sistemática de un índice de tendencia de márgenes de productos frescos y de los niveles de precios por formatos comerciales para alimentación y productos de gran consumo en el hogar.

La preparación de la normativa necesaria para la apertura del próximo proceso electoral en las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación y su Consejo, en estrecha colaboración con las Comunidades Autónomas para conseguir que se realice en el menor periodo de tiempo posible, con absoluta garantía como corresponde a un proceso democrático y con el máximo de participación de los potenciales electores.

Finalmente, que no menos importante, el Real Decreto por el que se aprueba el Estatuto General del Consejo General de los Colegios de Agentes Comerciales de España y su Consejo, que obviamente, merece un tratamiento singular en esta exposición.

¿Valoración nuevo estatuto?

El 4 de febrero, el Consejo de Ministros aprobó el Real Decreto por el que se regula el nuevo Estatuto General de los Colegios de Agentes Comerciales y su Consejo General, disposición que publicó el Boletín Oficial del Estado el 19 de febrero y que viene a sustituir al preconstitucional Estatuto de 1977.

Obviamente, ha sido un proceso largo en el tiempo, dado que cuando ya se disponía de un borrador, apremiaba la necesidad de adecuarlo a una serie de normativas, que se han ido produciendo, tanto Comunitarias como del Estado o Autonómicas que le afectaban directamente, de tal forma que el nuevo texto las recogiera.

El proceso ha sido largo, pero en ningún momento han existido soluciones de

continuidad por lo que el trabajo del Consejo General de los Colegios de Agentes Comerciales y la Dirección General de Política Comercial ha sido intenso para obtener un texto adecuado a estas normativas de referencia, y a los criterios que, sobre la cuestión, emanaban de otros ámbitos de la Administración y otros colectivos afectados.

Bajo estas premisas, se estima que el texto publicado se adecua totalmente a la Constitución Española de 1978, a las competencias de las Comunidades Autónomas, en cuanto se refiere a las transferidas sobre colegios profesionales, en el marco de un Estatuto Autonómico y a la normativa comunitaria tanto en referencia a los Estados Miembros como en relación a ciudadanos de terceros países o a la legislación nacional sobre Colegios Profesionales. Se ha conseguido un texto moderno y adecuado a toda esta prolija legislación que culminando, un proceso instado desde el Consejo General y, llevado a cabo conjuntamente con la Administración Tutelante.

En este contexto, el reto corresponde ahora al Consejo y a los Colegios que deberán aprobar sus estatutos y los Reglamentos de Régimen Interno, en base a este Real Decreto, teniendo en cuenta, por supuesto, el hecho Autonómico.

El Ministerio confía poder proporcionar al Consejo sus instalaciones para la celebración en el próximo mes de junio de la primera Asamblea General con la referencia de los nuevos estatutos y desde la Dirección General de Política Comercial, confiamos que la reunión sea fructífera.

¿Qué repercusión tiene en la actividad el comercio electrónico en el ámbito del Comercio Español?

En este ámbito es necesario establecer una referencia que indique la especial característica de este sector, imparable y necesario, de la Distribución Comercial.

El estudio sobre "La Microempresa española en el Sociedad de la Información" llevado a cabo por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, en marzo de 2004, pone de relieve la actual estructura y organización empresarial.

Según el INE, el porcentaje de empresas españolas con más de 10 empleados con acceso al Internet superó el 80% durante el año 2002, con tendencia a incrementarse. Si se consideran las empresas con menos de 10 empleados, la cifra anterior disminuye al 76%, siendo las empresas menos proclives a la implantación de Internet las del sector comercio y hostelería y las del sector construcción. A nivel sectorial las empresas de servicios financieros y seguros, transporte y comunicaciones y servicios empresariales se encuentran muy cercanas al 100%.

En los últimos años la evolución ha sido positiva, situándose las grandes empresas a la cabeza, ya que la totalidad de ellas tiene acceso a Internet, al igual que el 93% de las empresas medianas. Hay un incremento en la implantación de Internet en la microempresa, pero todavía se encuentra muy por debajo de la media nacional.

Si nos referimos a volumen de ventas, según fuentes del INE en colaboración con la Asociaciones de Comercio Electrónico, cerca del 83% de las empresas de diez o más asalariados disponen de conexión a Internet, y el volumen de ventas representa el 0,4% del total de ventas de las empresas. El volumen de compras por este medio se estima en un 0,9% del total de compras de productos de las empresas.

Es de resaltar que las empresas de intermediación financiera, actividad informática o servicios audiovisuales compran por encima del 10% vía Internet, y venden por encima de este nivel, los hoteles y camping y la intermediación financiera.

En cuanto a volumen del sector y de acuerdo con la encuesta AFCE/INE, realizada en mayo de 2004, el comercio electrónico entre particulares y empresas ha ido creciendo año tras año. Así, el volumen de ventas superior a los 1.500 millones de euros, correspondiente al año 2003, supuso un incremento con respecto al año anterior del 31%, y si esta cifra la relacionamos con el número de internautas que existen en nuestro país, significaría que un 23,2% de los que acceden a Internet realizan compras a través de la red. Con esta panorámica, el comercio electrónico más importante sigue siendo el realizado entre empresas, suponiendo el 76% de las cifras de negocio total a través de Internet.

Pero es evidente que los trabajos de desarrollo de la Sociedad de la Información deben llevar a un aumento de las compras por este canal. Este proceso es absolutamente imparable en una economía globalizada y en la que las fronteras tienden a disminuir en su concepción del siglo pasado.

¿Cuál es la radiografía actual del comercio en nuestro país?

En una cuestión de la amplitud de la planteada, se establecen unos rasgos básicos, remitiendo a quienes deseen disponer de un conocimiento profundo del sector al Informe de la Distribución Comercial que la Dirección General de Política Comercial ha elaborado en mayo de 2005.

Es de destacar que la distribución comercial en España ha experimentado, en los últimos años, grandes transformaciones, que han modificado la estructura empresarial de los canales de distribución y las relaciones de competencia en los mercados intermedios y finales.

A la transformación del sector han contribuido tanto los cambios socioeconómicos como la incorporación de mejoras técnicas. Así factores como la incorporación de la mujer al mercado laboral, la reducción del tamaño de las familias, la importancia cada vez mayor de la periferia de los núcleos urbanos, el aumento del parque automovilístico, la mejora del equipamiento de los hogares o los cambios en la pirámide de población, han tenido una gran incidencia sobre los hábitos de compra. Por otra parte, los avances habidos en el ámbito de las nuevas tecnologías de la información y de las comunicaciones, la introducción de nuevas fórmulas organizativas o el desarrollo de estrategias comerciales innovadoras como la emisión de tarjetas, han influido de forma significativa en la distribución.



Las ventas conjuntas de los diez primeros grupos de distribución españoles alcanzaron en 2003 los 50.000 millones de euros, con un crecimiento superior al 10% sobre el año 2002, aumento levemente inferior al conseguido en los años anteriores. En los años mencionados, ha continuado el proceso de concentración empresarial en la distribución comercial en España, por lo que las ventas de los grandes grupos han crecido más que las del conjunto del comercio al por menor.

Se ha establecido, en uno de los ámbitos más dinámicos de la distribución comercial, el de productos de alimentación, una tendencia a la polarización en torno a dos formas muy distintas de establecimientos; por un lado hay un gran número de pequeñas tiendas y por otro, un número menor de grandes operadores que agrupan a cadenas de supermercados y de hipermercados. En conjunto, se ha producido, como se ha indicado, un aumento de la concentración, como ha sucedido en otros países europeos.

El supermercado, especialmente el de tamaño grande, es el formato con más crecimiento en los últimos años en la distribución alimentaria en España. En general, el comportamiento de compra de los consumidores ha continuado mostrando su preferencia por los formatos comerciales modernos, lo que ha llevado a la pérdida de cuota de mercado de los formatos minoristas tradicionales, aunque hay que diferenciar entre la comercialización de los productos en fresco y los productos envasados, o de alimentación seca. Mientras que en la comercialización de los productos frescos los establecimientos con técnica de venta tradicional conservan casi la mitad de cuota de mercado, en la comercialización de los productos envasados la cuota del comercio tradicional es del 5% en 2004.

¿Qué actuaciones está llevando a cabo la Dirección General a favor de las microempresas y de los profesionales autónomos?

El instrumento primordial en este aspecto de la Dirección General de Política Comercial lo constituye el Plan de Mejora de la Calidad en el Comercio (2005-2008).

En 2004 al no haberse aprobado el nuevo Plan de Ayudas al Comercio Interior, se optó por prorrogar para el ejercicio 2004 la vigencia del Plan Marco de Modernización del Comercio Interior. Esta prórroga fue aprobada en Conferencia Sectorial de 21 de julio y Acuerdo de Consejo de Ministros de 17 de septiembre. La dotación presupuestaria era igual a la del año anterior, de 9.015.180 euros, ejecutado al 100%, mediante acuerdos suscritos con todas las Comunidades y Ciudades Autónomas, salvo Navarra y País Vasco.

Bajo estas referencias, en colaboración con las Comunidades Autónomas, se configuró un nuevo plan de ayudas al comercio interior, con la denominación de Plan de Mejora de la Calidad en el Comercio, con un periodo de vigencia de 2005 a 2008. Este Plan se ha aprobado en la Mesa de Directores Generales de 16 de noviembre de 2004, por delegación del Pleno de la Conferencia Sectorial, y por Acuerdo de Consejo de Ministros de 17 de diciembre de 2004.

Se estructura, en los siguientes programas: Fomento del comercio urbano, mejora del comercio rural, fomento de la cooperación empresarial, calidad de establecimientos comerciales e información y formación.

Para el año 2005 cuenta con una dotación presupuestaria de 10.000.000 euros. Las ayudas concedidas a las regiones Objetivos 1 del FEDER serán cofinanciadas por éste para los años 2005 y 2006 mediante el Programa Operativo para la Mejora de la Competitividad y Desarrollo del Tejido Productivo, del Programa de Desarrollo Regional 2000-2006.

Los programas en los que se concreta el nuevo Plan de Mejora de la Calidad en el Comercio suponen una actuación conjunta de las distintas Administraciones implicadas en la actividad comercial, orientadas hacia el logro de una ordenación espacial de la oferta más adecuadas y hacia una mejora del entorno físico en el que las empresas comerciales pueden instalarse, con el objetivo de mejorar la capacidad de competir en respuesta a la demanda de los consumidores. Supone también una actuación directa a favor de las empresas, para la gestión de los establecimientos comerciales. De esta manera la gestión comercial se hace más profesional, se mejora la atención a las demandas del consumidor y se mejoran los niveles de servicios a los usuarios.

CONCLUSIONES DE LA JORNADA DE SANTA CRUZ DE TENERIFE

Los pasados días 8 y 9 de junio de 2005, tuvo lugar en la Ciudad de Santa Cruz de Tenerife, organizado por la Cámara de dicha localidad, y con la colaboración del Colegio Oficial de Agentes Comerciales de Santa Cruz de Tenerife, las Primeras Jornadas sobre Comerciales.

Se trabajaron en tres mesas redondas, cuyas conclusiones ponemos en vuestro conocimiento.

MESA REDONDA 1: El/la comercial ¿El/la gran desconocido/a?

Se aprecian dificultades a la hora de buscar un único concepto de la figura de los/as comerciales: vendedores/as, agentes comerciales, comerciales, ejecutivos de cuentas, visitadores.. Si bien parece haber quedado claro la existencia de dos tipos de profesionales:

- El agente comercial: que es un outsourcing de ventas, que representa a diferentes marcas o empresas, que tiene una cartera de clientes propia que pone al servicio de las empresas que representa y que por ello recibe una comisión.

- El/la Comercial: que pertenece a la plantilla de la empresa que representa y que, por tanto, mantiene una relación con la misma de exclusividad. La labor de apertura de mercado y de mantenimiento y búsqueda de nuevos clientes es compartida entre empresa-comercial, ya que ésta pone herramientas para facilitarle su tarea. A cambio, el comercial recibe un salario y unas comisiones.

Ha quedado claro que VENDER no es DESPACHAR, no ES COLOCAR UN PRODUCTO. Las necesidades de los clientes deben ser el motor de la venta.

Parece haber un consenso en definir la venta como toda actividad que aporte valor a un cliente, pudiendo ser éste igual o superior al valor invertido inicialmente por el cliente.

Los cambios del mercado están obligando a empresas y profesionales a replantearse la figura del comercial y a establecer criterios de selección que vayan más allá de la mera experiencia.

Son muchas las personas que se acercan a esta profesión y muchas las que abandonan. La responsabilidad es compartida:

- Las empresas no están invirtiendo tiempo a la formación ni estableciendo una política de RRHH que satisfaga a ambas partes. Un buen comercial es un tesoro hoy por hoy, y el convertirse en un profesional no sólo lo da la experiencia, es decir, no sólo lo da el hecho de alcanzar los objetivos, hay que dejar tiempo para que los profesionales se actualicen.

- Muchas personas se acercan a esta profesión, para probar, viéndola como una forma de conseguir un dinero relativamente rápido o bien como una forma de abandonar las listas del desempleo, pero no como una vía de alcanzar el éxito y la estabilidad profesional .

La orientación al cliente debe ser un punto relevante en toda organización y para ello se hace imprescindible escuchar a la red de ventas, ya que ellos son buenos conocedores de las necesidades de los clientes.

Se debe dar un giro a la imagen del VENDEDOR, para convertirla empresarial y socialmente en una PROFESIÓN.

MESA REDONDA 2: La formación de el/la comercial

Existe una escasa formación en los vendedores.



No hay formación reglada específica que capacite para el ejercicio de funciones comerciales.

La formación comercial de los empresarios y los comerciales es diferente, ha quedado patente que las empresas no están preparadas para acoger a grandes comerciales. Si bien aquellas que sí son conscientes de lo que es la figura de un comercial y que éste aporta valor a la organización no lo encuentran.

La abundante oferta formativa existente en la actualidad no coincide con las necesidades reales de empresas y profesionales.

Queda patente el desconocimiento existente en las empresas a la hora de definir el perfil de un comercial, tanto a nivel formativo como de funciones.

La profesión comercial está desprestigiada.

Es necesario sensibilizar a los empresarios sobre los beneficios de la formación, no sólo en lo que respecta a esta profesión, sino al resto de la empresa.

Se hace necesario revisar la actual formativa en materia comercial e incidir en programas que desarrollen la adquisición de habilidades, la inclusión de las nuevas tecnologías y el marketing.

Es importante continuar el intercambio entre empresas y profesionales comerciales.

Queda patente, que la formación comercial debe ser impartida de forma continua más que reglada, por las características de esta profesión aunque se manifestó la conveniencia de que desde las aulas, se trabaje el perfil de este profesional.

MESA REDONDA 3: Sistemas Retributivos y de contratación de la fuerza comercial.

1.- La retribución debe adaptarse a la realidad en la que está inmersa la empresa.

2.- A la hora de determinar un sistema retributivo hay que tener en cuenta la finalidad de cada elemento retributivo y las necesidades de cada trabajador.

3.- La retribución económica no es el elemento más motivador para el trabajador comercial. Tampoco es el argumento para abandonar la empresa.

4.- Hay que evitar la visión cortoplacista del componente variable de la retribución, además, se debe ver al componente variable a medio y largo plazo como un elemento de fidelización del trabajador.

5.- Destaca la importancia de los beneficios sociales e intangibles como elementos retributivos que satisfacen al trabajador. Para lograr esta satisfacción, el trabajador debe conocerlos, saber su coste y valorarlos. Además, estos elementos retributivos deben ser flexibles y adecuarse a las necesidades de cada trabajador.



La marca alemana AUTORIV busca

REPRESENTANTES COMERCIALES

para su implantación comercial en España

AUTORIV va dirigido principalmente a la industria del automóvil (OEM, Tier 1, Tier 2...) y de la estampación.

Se requiere

- Experiencia en la venta/comercialización de maquinaria industrial (se valorará experiencia previa en el sector de la automoción, estampación y/o matricería/utillaje)
- Cartera propia de clientes

Ofrecemos

- Gama de productos de alta calidad
- Material de marketing: folletos, CD-ROM, presentaciones
- Formación sobre nuestros productos

Interesados mandar CV a alberto.terron@mds-r.de o por correo.

Para más información contactar con el siguiente teléfono +49(0)941/6042-620



www.autoriv.com

AUTORIV diseña, desarrolla produce y distribuye procesos de automatización para cualquier tipo de elementos de fijación, así como productos llave en mano para los sectores de la automoción y los electrodomésticos (línea blanca). Empresas como Audi, BMW, Daimler Chrysler o Volkswagen llevan años depositado su confianza en nosotros.



MDS GmbH & Co. KG
Ditthornstrasse 22
D-93055 Regensburg
Alemania



Innovafer, S.A., empresa del Grupo Cifec, busca Agentes Comerciales para las zonas de Andalucía, Extremadura, Canarias, Murcia, Castilla-La Mancha, Castilla-León, Comunidad de Madrid, Cantabria, Asturias y Galicia.

Se buscan profesionales con experiencia probada en el sector, bien establecidos y con alta capacidad de negociación para introducir productos de ferretería, bricolaje, jardinería y menaje por diferentes canales. Deberá asesorar técnica y comercialmente a los clientes, analizar las necesidades de los mismos, manejar un amplio portafolio de productos, visitar de forma periódica y programada a los potenciales clientes, perseguir los objetivos marcados. Se requiere formación específica en marketing y ventas, así como técnicas avanzadas de negociación. Interesados enviar CV a info@innovafer.com o llamar al 93.771.59.63

INELTEC

Empresa fabricante de equipos de simulación y bancos de ensayo.

Destinados a sectores como Automoción, Construcción, Laboratorios I+D, Farmacéutico...

Solicita agentes comerciales para la representación comercial en:

CATALUÑA, ARAGÓN, VALENCIA, MADRID, ANDALUCÍA, GALICIA y PAÍS VASCO

Para consultar gama de productos a comercializar: www.ineltec.es

Interesados enviar C.V a la dirección comercial@ineltec.es

O al fax 93.871.74.63

Fabricante Francés de cintas decorativas, para floristerías,

confiteros, artículos de regalo, cosméticos y packaging.

Colecciones de cintas básicas, bonbonera, Navidad,

Pascua/Verano, funebres y cintas estampadas personalizables.

Damos exclusividad por zonas para venta a mayoristas.

Contact : Mr Grégory Campagnet

gcampagnet@satab.com

+33 (0)4 77 35 02 52

SASHA®

Empresa dedicada a la importación y distribución de decoración textil (plaid, cojines, caminos de mesa, mantelería, etc.), bisutería y calzado de verano (sandalias de piel), buscamos agentes comerciales integrados en el sector para cualquiera de nuestras tres divisiones de artículos, web: gruposasha.com
Comisión 12%. Público objetivo: nivel medio, medio-alto; decoración textil con buena aceptación por diseño vanguardista y refinado, con precios asequibles. Tel./fax: 93 848 30 34. e-mail: sandra@gruposasha.com

Lorente Europe, filial de Lorente LLC (EE.UU.) con 25 años en el mercado internacional y fábricas propias

BUSCA REPRESENTANTES DE REGALO CORPORATIVO Y PROMOCIONAL PARA TODAS LAS ZONAS

Incorporación inmediata. Comisión 20% venta directa + 5% venta indirecta. Producto nuevo sin competencia y de altísima calidad. Gama compatible con otros artículos

Interesados llamar al tel.: 91 830 03 50

o enviar C.V. al fax: 91 830 03 51

o por e-mail a: recep@lorente-eur.com

www.lorente.us

VIPER, S.A., A RAIZ DE SU EXPANSIÓN EN NUEVAS LÍNEAS DE NEGOCIO, BUSCA REPRESENTANTES PARA CUBRIR:

-LÍNEA DE ESQUÍ Y MONTAÑA: REPRESENTANTE PARA LA ZONA DE ANDALUCÍA

-LÍNEA DE MAQUINARIA DE FITNESS: REPRESENTANTES EN TODAS LAS ZONAS DE ESPAÑA

-LÍNEA DE CAZA: REPRESENTANTES EN TODAS LAS ZONAS DE ESPAÑA

INTERESADOS, ENVIAR CV POR CORREO ELECTRÓNICO A:

viper@siglim.com.

O PUEDES LLAMAR AL 630121979 (Sr Luis Fortún)

GARANTIZAMOS TOTAL DISCRECIONALIDAD

EN EL PROCESO DE SELECCIÓN.

COMPAÑÍA LIDER, PRODUCCION DE BASES-MUEBLES PARA TELEVISIONES TRADICIONALES, PLASMA, LCD,

BUSCAN AGENTES COMERCIALES EN VARIAS REGIONES GEOGRAFICAS PARA LA COMERCIALIZACION EN ESPAÑA, A IMPORTADORES-OPERADORES EN EL SECTOR.

Contactar directamente:

Sarti srl - export@sarti.it

0039-051-767124

Anúnciese AQUÍ en

«La Gaceta del Agente Comercial»

LE SERÁ MÁS RENTABLE CONTACTANDO AL FAX:

91-577 03 70

gaceta.ac@cgac.es

ASOCIACIÓN DE FABRICANTES De Muebles

Busca:

Agentes comerciales en España y Europa con rutas y cartera de clientes.

Enviar Solicitud por el

fax:

91 141 37 39

NUEVO NÚMERO DE TELÉFONO DE CONSEJO Y FUNDACIÓN.

902 366 956

TODOS LOS SERVICIOS EN UN SOLO NÚMERO



FRUCOSOL FABRICAMOS SOLUCIONES

Empresa fabricante de maquinaria para la hostelería, precisa

AGENTES COMERCIALES
Para la promoción y venta de nuestros productos

AMPLIO MERCADO
NO NECESARIA INVERSION
ALTAS COMISIONES

CONTACTAR CON:
Sara Aranzana
Tel: 941 147 453 / 941 134 009
Fax: 941 148 519
comercial1@frucosol.com
www.frucosol.com

CAÑAS Personalizadas
NOVEDAD

SANTEX INTERNACIONAL

FABRICANTE DE CAÑAS DE BEBER PERSONALIZADAS BUSCA PARA TODA ESPAÑA REPRESENTANTES CON CARTERA PROPIA INTRODUCIDOS EN EL SECTOR DE: DISCOTECAS, DISCO-BARES, PUBS, ETC...

INTERESADOS CONTACTAR:
TEL. 902.367.726.
FAX. 937.416.220.
E-mail: santex@santex.es
Pers. De contacto: Sr. Ramón Corominas

Caña Lisa 0.5mm (para todo uso)
Caña Flexible 0.5mm (para todo uso)
Caña Lisa 0.5mm (para todo uso)
Caña Flexible 0.5mm (para todo uso)

Impresión a color
Alfura máxima de impresión 35 mm
Ancho máximo de impresión 29 mm
Círculo de 14000 (14 botellas x 1000 ul)

WESTPORT precisa AGENTE COMERCIAL para la Zona CENTRO (Madrid + Provincias)
Se ofrece:
- Comisiones
- Gastos a negociar
Se requiere experiencia
www.westport.es
Enviar CV a info@westport.es
Asunto: AGENTE COMERCIAL

FABRICANTE DE PINTURAS Y ESPECIALIDADES TÉCNICAS PARA LA CONSTRUCCIÓN E INDUSTRIA, Y PIONERA EN SISTEMAS DE ALTA DECORACIÓN: **PRECISA: AGENTES COMERCIALES**
PARA TODA ESPAÑA Y EUROPA.
INTERESADOS LLAMAR AL:
945 136 737 o ESCRIBIR :
FAX: 945 140 529 o E-MAIL:
info@pinturasega.com

New Caro Española S.L.U. busca comerciales para toda España, Europa y Latinoamérica, para sus marcas BROOKSTONE Y TRICICLO

Somos una empresa joven y creciendo en el sector textil de ropa vaquera y todo lo relacionado con el Sporwear, con sede en Alcorcón, Madrid, España. Nuestros artículos son de los más populares en nuestro sector y en todo el continente Europeo.

FUNCIONES:

- Visitas a nuestros actuales y potenciales clientes para promocionar la venta de los productos de nuestra marca.
- Asistencia a ferias y eventos.
- Análisis y estudios de mercados

PERFIL PARA LOS INTERESADOS:

- Personas con experiencia comercial en el sector textil
- Dinámicas y comunicativas.
- Valoramos conocimientos de inglés.

OFRECEMOS:

- Constante información sobre el producto.
- Remuneración por comisión y objetivos de venta.
- Zona delimitada para su representación.

INTERESADOS CONTACTAR CON:

- Vicente Poza
- Email: vpa@newcaro.com o tl : 916431200 ext. 303

santex sanidad y salud internacional

Empresa especializada en la Importación y distribución de guantes y ropa de un solo uso

SELECCIONA AGENTES COMERCIALES A NIVEL NACIONAL

Precisamos:

Agentes comerciales introducidos en los siguientes sectores:

- Mayoristas de Automoción y Recambios.
- Mayoristas de Peluquería y Cosmética.
- Mayoristas de Pinturas.
- Mayoristas de Veterinaria.

Ofrecemos:

- Productos de gran rotación y calidad a precios muy competitivos.
- Máxima seriedad y servicio.
- Se ofrece catálogos para los agentes y distribuidores.
- Amplio soporte de ventas.

Interesados en formar parte de nuestro equipo deben llamar al 902.367.726. o bien enviar C.V. a santex@santex.es a la atención del Sr. Ramón Corominas (Dtor. Comercial). Importante indicar los siguientes datos: Zona de influencia y sector especializado.

AGENTE COMERCIAL DEL SECTOR INFORMÁTICA Y/O PAPELERIA, PARA REPRESENTAR EN TODA ESPAÑA, PRODUCTOS DE CONSUMIBLES COMPATIBLES DE LA MARCA IBERGRAPH, PRODUCTO ALTAMENTE COMPETITIVO, Y DE ALTA ROTACION. GRANDES HERRAMIENTAS DE APOYO. INTERESADOS TEL.- 962389011-609778506- CONTACTO : ELU MANCEBO

EMPRESA SECTOR CALZADO, PRECISA REPRESENTANTE PARA DIVERSAS ZONAS ESPAÑA. LÍNEA PIEL SRA Y CABALLERO pierre cardin
PERSONA DE CONTACTO Y TFNO.: LORETO GUARNER - 962398280

Buscamos incorporar distribuidor / comisionista para nuestras zonas libres en España. Producto nuevo de gran aceptación. Práctico y original. Ideal para regalo y decoración. Interesados llamar al 93 498 40 90 o enviar e-mail a info@novico.es Preguntar por Sandro Face.

RYGY SWIMWEAR **Amer-Perfeito** **Sonhart**

www.rygy.com.br www.sonhart.com.br

SOMETRAD, S.L. EMPRESA REPRESENTANTE DE IMPORTANTES MARCAS INTERNACIONALES, BUSCA AGENTES COMERCIALES EN ESPAÑA Y RESTO DE EUROPA,

- BIKINIS BRASILEÑOS BORDADOS A MANO Y ESTAMPADOS (RYGY y AMOR PERFEITO)
- ROPA DE DORMIR DE ORIGEN BRASILEÑO PARA ADULTOS, NIÑOS, BEBES Y COMPLEMENTOS PARA CAMA 100% ALGODÓN. (SONHART)
- ARTICULOS DE LA MARCA MÁS IMPORTANTE DEL DEPORTE DE LA HIPICA Y DEL POLO ARGENTINO. (PRINGAMOZA) www.pringamoza.com www.jmcueros.com

IMPRESINDIBLE CONTAR CON CARTERA DE CLIENTES. PAGINAS WEB MUY INTERESANTES PARA CONOCER LOS PRODUCTOS

Tel: 925 821716 Fax: 925 808997 Móvil: 645 988062
e-mail: info@sometrad.com - Persona de contacto: EDUARDO MUÑOZ MELGAR

Empresa alemana precisa agentes comerciales o empresa distribuidora para diversas zonas de España; distribución de piezas preformadas de madera y plástico para la producción de sillas.
Telf. de contacto: 00496974348111
- Fax 00496974348155
E-Mail: mail@spanische-handelskammer.de
Cámara de Comercio Española en Alemania
Contacto: Ignacio Benítez

Importador exclusivo en España de la prestigiosa firma de biocosmética Dr. Spiller Internacional, presente en 48 países del mundo y con un gran crecimiento gracias a su extensa gama de productos de estética profesional, tratamientos y masajes. Busca incorporar Distribuidor / comisionista en sus zonas libres en España. Interesados llamar a 93 498 40 90 o 607 165 895 y preguntar por Sta. Eva o enviar e-mail a: esteticista@novico.es

EMPRESA FRANCESA (30 AÑOS DE EXISTENCIA) ACABA DE CREAR UNA FILIAL EN BARCELONA, BUSCANDO POR AGENTES COMERCIALES PARA REPRESENTARLA. ESPECIALIDAD EN PRODUCTOS DE HOGAR: LIMPIEZA, TENEDEROS, PLANCHADO, COCINA, ORDENACIÓN, BRICOLAJE, BAÑO, JARDÍN... MAS DE 2000 ARTÍCULOS CON BUENA RELACIÓN CALIDAD/PRECIO Y BUENOS PACKAGINGS. PRESENTAR CANDIDATURA: MSV - rue Pierre Magnol - Mas La Garrigue - 66600 Rivesaltes FRANCIA, o e-mail export@msv-france.com. Tel.0033.468.92.36.30, Fax. 0033.468.92.63.62.

CONSULTORA ESPECIALIZADA EN DERECHOS DE PROPIEDAD INDUSTRIAL E INTELLECTUAL SELCCIONA: DELEGADOS DE ZONA EN TODAS LAS PROVINCIAS DE ESPAÑA
REQUISITOS:
- PROFESIONALES LIBERALES CON EXPERIENCIA EN EL SECTOR SERVICIOS.
SE OFRECE:
- ALTAS COMISIONES.
- CONTRATO FREE-LANCE
INTERESADOS enviar CV. con foto a la atención del Sr. García, (ref. DZ), al e-mail pgarcia@marcanet.com. o al FAX. 968 223473.



**BORDI PER MOBILI IN PVC E ABS
ABS AND PVC PROFILES FOR FURNITURE**

Empresa italiana líder en Europa
en la producción de cantos en PVC y ABS para la industria del mueble
PRECISA AGENTE COMERCIAL
Conocedor experto del Sector del Mueble e introducido en el mercado
para las zonas libres

Enviar CCVV al Fax: 0039.0858024150 o al e-mail: giplast@giplast.it
www.giplastgroup.it

As Cuatro, s.a.

Distribuidor de clavadoras,
grapadoras, clavos, grapas y otros
neumáticos Dirigido al sector
de Ferreterías, suministros
industriales, comerciales de
maquinaria para la madera
y revendedores.

Busca Agentes para:
Aragón, País vasco, Navarra, La
Rioja, Extremadura, Andalucía,
Valencia, Castellón, Burgos,
Salamanca, Valladolid, Palencia,
Cantabria, León y Asturias.

Para Consultar producto:
www.ascuatro.com
info@ascuatro.com

**EMPRESA ITALIANA DEDICADA AL SECTOR
DE LAS BICICLETAS
DE CARRERA DE ALTA CALIDAD, YA
PRESENTE EN ESPAÑA
CON DISTRIBUIDORES DE PIÑONES
(PRODUCCIÓN PROPIA)**

**BUSCA
EN EL MERCADO ESPAÑOL AGENTES
COMERCIALES PARA LA VENTA DE RUEDAS
DE ELAVADÍSIMA CALIDAD
(PRODUCCIÓN PROPIA) ALISEA Y ZEFIR.**

**SE GARANTIZAN EXCELENTES COMISIONES
SOBRE LAS VENTAS.
SE EXIGEN MÁXIMA SERIEDAD Y
COMPETENCIA**

**CONTACTAR: TFNO: 0039 0141 410800
FAX: 0039 0141 410821
E.MAIL: marchisioengineering@libero.it**

**Empresa del sector de la MADERA
PRECISA:**

**Vendedor con experiencia en el campo de la madera
y derivados.**

Para las zonas de Zaragoza, Huesca, Teruel.

Interesados contactar:

**MADERAS LASA Y LECUMBERRI, S.A.
Apdo. 339 - 20080 San Sebastián (Gipuzkoa)
TEL: 943.33.50.29 / FAX: 943.33.52.15
layle@layle.com**

ORBIVAL

empresa Certificada ISO 9001:2000,
fabricantes de productos químicos
para limpieza profesional,

precisa de agentes para diversas
zonas de España, introducidos en
empresas de limpieza, hostelería,
distribución de productos limpieza.

Interesados llamar al 96.377.32.93
Srta. Palmyra Marco o nuestro
correo: orbival@orbival.es

**Empresa del sector de la MADERA
PRECISA:**

**Vendedor con experiencia en el campo de la madera
y derivados.**

Para las zona de Burgos, Palencia, Soria.

Interesados contactar:

**MADERAS LASA Y LECUMBERRI, S.A.
Apdo. 339 - 20080 San Sebastián (Gipuzkoa)
TEL: 943.33.50.29 / FAX: 943.33.52.15
layle@layle.com**



RELEQUICK

Relequick, S.A. es una empresa industrial española de carácter innovador y tecnológico,
fabricante de Relés Industriales, Bases de Conexión, y Módulos Electrónicos, que precisa
representantes en diversas zonas del país.

Controlará y desarrollará la promoción y actividad comercial a cuadristas, instaladores,
distribuidores y almacenistas de material eléctrico en su zona.

Valoraremos muy positivamente un profundo conocimiento del sector adquirido en la
representación de empresas de material eléctrico, comercializando productos orientados
a la automatización y el control eléctrico industrial.

Enviar CV a comercial@relequick.com o Fax 91 817 85 65.

**EMPRESA DEDICADA AL SECTOR
ELÉCTRICO-ELECTRÓNICO
INDUSTRIAL**

**PRECISA AGENTES PARA DIVERSAS
ZONAS DE ESPAÑA
INTRODUCIDOS EN INSTALADORES
ELÉCTRICOS INDUSTRIALES, REDES
INFORMÁTICAS, INGENIERIAS.
CONOCIMIENTOS DE ELECTRICIDAD
O ELECTRÓNICA.**

**INTERESADOS CONTACTAR AL
MÓVIL 619 74 28 24.
TEL.: 96 6370405 / FAX: 93 6377162**

**Empresa del sector de la MADERA
PRECISA:**

**Vendedor con experiencia en el campo de la madera
y derivados.**

Para las zonas de Alava, La Rioja.

Interesados contactar:

**MADERAS LASA Y LECUMBERRI, S.A.
Apdo. 339 - 20080 San Sebastián (Gipuzkoa)
TEL: 943.33.50.29 / FAX: 943.33.52.15
layle@layle.com**



ENVAPLASTER, S.A.

FABRICANTE DE BANDEJAS TERMOCONFORMADAS

**Especialistas para los sectores de
Precocinados y Repostería Industrial.**

SOLICITA AGENTES COMERCIALES

Con buen conocimiento de este mercado

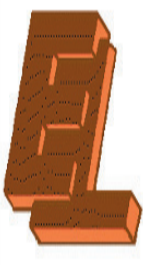
para la venta a Industrias

Interesados llamar al 941 244377

Info@envaplaster.com

**Se necesitan
REPRESENTANTES
para el sector de
ferretería, decoración y
suministros industriales.**

**Interesados
enviar carta al
Apartado de Correos 27
41980 La Algaba (Sevilla)**



*Vda. de Rodríguez Errando, S.A.
Almacén y mecanización de tableros.*

Avda. Jesús Morante Borrás, 214 **Teléfono: 963-670-339**
46012 - Valencia. **Fax: 963-679-450**
Valencia - (España). **c.soriano@rodriguezerrando.com**

EMPRESA LIDER DEL SECTOR AMPLIA SU AREA COMERCIAL

Buscamos agentes comerciales para nuestros productos:

Tableros en crudo, melaminados, contrachapados, rechapados...etc

Mecanización y corte de tableros

Todo tipo de parquets, tarimas, laminados, multicapa y macizos

Maderas nacionales, de importación y para la construcción

Amplio catalogo de madera de exteriores, pérgolas, celosías, suelos...etc

No dude en contactar con nosotros para mas información. Sr. Cesar Soriano

Empresa portuguesa fabricante de utensilios de cocina,

exportando para 65 países, desea incrementar su posición en el mercado de España
sobre todo en el pequeño y mediano comercio y tiendas especializadas.

Buscamos representantes para las distintas provincias, que dispongan de una cartera de clientes
en el sector de productos para el menaje-hogar, y que deseen incrementar su oferta con utensilios
de cocina y otros productos de nuestra fabricación. Asimismo, y para el sector de gran superficie,
buscamos un representante con contactos junto a las centrales de compras, que pueda apoyar
junto de las mismas o desarrollo de nuevos proyectos o productos,
con el apoyo participado de nuestro equipo.

Les invitamos a visitar nuestra página en www.faisca.com y esperamos su contacto por
mail@faisca.com o Tel.: + 351 22 619 57 00 o Fax +351 22 619 57 99
a la atención de Claudia Matos.

**Empresa metalúrgica ubicada en Valladolid,
busca agentes comerciales**

**para toda España introducidos en el
sector de la construcción, para distribución
de producto nuevo y patentado destinado a
la protección colectiva.**

**Interesados dirigirse a: Apto. de Correos
4023 - 47080 - Valladolid.**



**SELECCIONA
TECNICO COMERCIAL**

Zona: Cataluña/Levante Ref TCE
Zona: Resto España Ref TC
- Titulación: Ingeniero Agrónomo o
Ingeniero Técnico Agrícola.
- Se valorará experiencia
comercial en el sector de la
jardinería.
- Dominio de la ofimática y
- Dominio de catalán (Ref VE).
- Residencia en zona y
disponibilidad para viajar
frecuentemente.

Ofrecemos:

- Incorporación inmediata.
- Contrato laboral
- Fijo + Incentivos

Interesados enviar currículo, carta
manuscrita y fotografía reciente,
indicando referencia a:
Apartado de Correos nº 22
31500 Tudela (Navarra)

Servicio Fiscal

Directiva sobre
Fiscalidad en el Ahorro

Aunque comprendemos la aplicación limitada a los agentes comerciales de este tema, por su importancia, creemos que es interesante hacer algunos comentarios sobre la Directiva del Consejo 2003/48/CE de 3 de junio sobre fiscalidad en el ahorro que ha entrado en vigor a partir del 1 de julio de 2005.

El objetivo de la Directiva es garantizar una fiscalidad efectiva de los rendimientos procedentes de los intereses de inversiones transfronterizas abonados a personas residentes en la Unión mediante el intercambio de información entre las administraciones fiscales de un total de 40 países o territorios. En especial, se busca acabar con el secreto bancario en el ámbito europeo, y luchar contra el fraude fiscal de los ciudadanos no residentes en su país de origen. Se espera que cada Estado miembro facilite información a los demás socios sobre los intereses que paga a los ahorradores individuales residentes en su territorio. De esta forma, todas las entidades financieras tendrán la obligación de dar información sobre sus clientes (identidad, intereses percibidos de cuentas, etc..) a las Haciendas del resto de países europeos.

No obstante, no se ha conseguido eliminar del todo las trabas que muchos países tienen en este asunto, así su aplicación se limita a los rendimientos de los ahorros, es decir, pago de intereses y no otro tipo de productos, y sólo respecto a los realizados para personas físicas y no jurídicas, residentes en la Unión Europea. En resumen, para evitar el pago de impuestos, basta diversificar el ahorro hacia seguros de vida, o fondos de inversión suizos y derivar los

fondos hacia una sociedad.

De esta forma, durante un periodo transitorio de siete años, Bélgica, Luxemburgo y Austria, en vez de suministrar información, aplicarán una retención en origen a un tipo del 15% durante los tres primeros años, del 20% hasta el 2011 y del 35% desde entonces, y enviarán en el plazo de 6 meses el 75% de esa cantidad a la Administración tributaria del país de origen del titular de la cuenta bancaria, pero siempre preservando la identidad del titular; además, como la Directiva se aplica a los rendimientos del ahorro abonados en un Estado miembro a alguien residente en otro Estado miembro, y dado, por ejemplo, que Reino Unido y Gibraltar no son Estados miembros separados, la directiva no se aplica entre ellos.

Con esta norma, los Estados miembros de la Unión Europea, cinco terceros países (Estados Unidos, Suiza, Liechtenstein, Mónaco, Andorra y San Marino) y diez territorios dependientes o asociados aplicarán medidas idénticas en cuanto a Fiscalidad del Ahorro.

Para la aplicación de esta Directiva, España ha suscrito convenios con los que se garantiza la aplicación provisional de los acuerdos sobre intercambio de información y sobre la fiscalidad de los rendimientos del ahorro entre España y Reino Unido respecto de territorios como las Islas Vírgenes Británicas, Islas Caimán, Montserrat, Isla de Man, Jersey y Guernsey; similares acuerdos existen con los Países Bajos respecto de Aruba y las Antillas Holandesas.

**María Jesús
Cantera**
Asesora Fiscal del Consejo General

Servicio Jurídico

El Buen Fin en las Operaciones Comerciales
Concluidas por el Agente

Como es de sobra conocido, la Ley 12/1992 de Contrato de Agencia, establece en su artículo 1 que el agente es un intermediario independiente que no responde frente a la casa representada del cumplimiento de tercero por las operaciones en las que haya intervenido, por lo que, salvo pacto en contrario, no asume el riesgo y ventura de tales operaciones. Sin embargo, es perfectamente válido el pacto por el que el agente se compromete a asumir esta responsabilidad, siendo éste pacto accesorio a la esencia del contrato, originariamente vinculado al contrato de comisión y recogido también en el artículo 19 de la Ley de Agencia. Los problemas derivados de esta figura surgen con facilidad ante las someras referencias legales y la ausencia de cualquier mención a la misma en la Directiva comunitaria de la que nuestra Ley trae su causa. Hemos de acudir, por tanto, para resolver cualquier controversia a la normativa interna que versa sobre materia análoga a esta y en última instancia a la legislación comparada.

Lo primero que hemos de decir es que el pacto ha de ser **expreso** de manera que el agente queda obligado a responder ante el empresario principal del cumplimiento por el tercero de las obligaciones surgidas de los negocios de agencia. Además, esta obligación que asume el agente no es recíproca frente al tercero por los posibles incumplimientos de la representada. Por otro lado, la garantía que presta el agente **depende** de la válida celebración del contrato con el cliente, y por lo tanto depende esencialmente de que haya **intervenido profesionalmente** en la operación de comercio.

Hay que destacar también que la Ley 12/1992 no establece ninguna peculiaridad respecto al tipo de incumplimiento que ha de garantizar el agente, por lo que, éste responderá en casos de incumplimiento parcial o total del cliente e incluso podría llegar a responsabilizarse de meros retrasos de éste, salvo que se haya dispuesto de otra forma en el contrato, ya

que, repetimos, ha de constar expresamente. Tampoco señala la Ley ningún tipo de límite a la cantidad que el agente puede comprometerse a garantizar.

Otro requisito esencial para la validez del pacto de garantía entre representada y agente, además del señalado de pactarse expresamente y por escrito, es la obligación de incluir mención a **contraprestación determinada**, con sanción de nulidad del pacto en caso de su inobservancia; con esta redacción, la Ley está remarcando la importancia de las obligaciones que asume el agente e indicando que ésta no es una obligación típica del agente, por lo que debe conllevar una retribución específica, distinta de la propia que retribuye su labor de agencia. Resaltamos que la sanción de nulidad, en caso de incumplimiento de los requisitos señalados, afecta únicamente a la validez de la cláusula, pero no al resto del contrato de agencia ni a los actos u operaciones concretos que el agente haya promovido o concluido al margen de la misma.

Este aspecto de la comisión es uno de los que mas problemas pueden dar a la hora de su aplicación: el artículo 19 de la Ley exige que el pacto conste por escrito y "*con expresión de la comisión a percibir*", mientras que una redacción más lógica con lo que creemos el espíritu de esta cláusula hubiera sido decir claramente que el agente tendrá derecho a una especial compensación por la asunción de una especial responsabilidad al margen de la propia de la agencia, de manera que no quepa deducir que la comisión a percibir será la misma que si la citada cláusula no existiera. Otras legislaciones, como la alemana, establecen un sistema de cálculo mínimo en defecto de mención contractual, con la ventaja de evitar la nulidad de la cláusula de garantía a favor del agente por el simple hecho de no mencionarse expresamente la cuantía de la comisión a percibir.

**Francisco
Aparicio Valls**
Asesor Jurídico del Consejo

CIRCULAR Nº 2241: NUESTROS PRESIDENTES EN LA PRENSA.- COLEGIO DE CADIZ
CIRCULAR Nº 2242: OVERBOOKING
CIRCULAR Nº 2243: PROPUESTA DE SEGURO COLECTIVO DE AYUDA FINANCIERA POR GASTOS DE SEPELIO PARA LOS AGENTES COMERCIALES
CIRCULAR Nº 2244: CARTA DEL PRESIDENTE DEL CONSEJO GENERAL
CIRCULAR Nº 2245: CIERRE DEL RAI POR RESOLUCION DEL TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
CIRCULAR Nº 2246: NORMUEBLE.- I SALON PROFESIONAL DEL MUEBLE.- COLEGIO DE OVIEDO
CIRCULAR Nº 2247: INFORME ASESORIA JURÍDICA - Código de Conductas de las Entidades sin ánimo de lucro -
CIRCULAR Nº 2248: NUESTROS PRESIDENTES EN LA PRENSA - Colegio de La Rioja -
CIRCULAR Nº 2249: NUESTROS PRESIDENTES EN LA PRENSA - Colegio de La Rioja -
CIRCULAR Nº 2250: IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS Y SOBRE EL PATRIMONIO

CIRCULAR Nº 2251: PROYECTO DE LEY CARNET DE CONDUCIR POR PUNTOS
CIRCULAR Nº 2252: RESUMEN DE CIRCULARES MARZO/05
CIRCULAR Nº 2253: CIRCULARES.- ENVIO CD 1ER TRIMESTRE/2005
CIRCULAR Nº 2254: ENVIO CD MEMORIA Y AUDITORIA 2004
CIRCULAR Nº 2255: ENVÍO EJEMPLARES ESTATUTOS GENERALES DE LOS COLEGIOS DE AGENTES COMERCIALES DE ESPAÑA Y DE SU CONSEJO GENERAL
CIRCULAR Nº 2256: INCIDENCIAS PRODUCIDAS POR UNION FENOSA PARA LOS DIAS 9 Y 10 ABRIL DE 2005
CIRCULAR Nº 2257: GRUPO SOL MELIÁ 2005
CIRCULAR Nº 2258: ENTREVISTA AL PRESIDENTE DEL CONSEJO GENERAL REALIZADA POR LA EDITORIAL JURÍDICA EN INTERNET vLex
CIRCULAR Nº 2259: NUESTROS PRESIDENTES EN LA PRENSA.- COLEGIO DE VALENCIA
CIRCULAR Nº 2260: NUESTROS PRESIDENTES EN LA PRENSA.- COLEGIO DE SALAMANCA
CIRCULAR Nº 2261: CURSOS GRATUI-

TOS PARA TRABAJADORES AUTÓNOMOS
CIRCULAR Nº 2262: NUESTROS PRESIDENTES EN LA PRENSA.- COLEGIO DE CIUDAD REAL
CIRCULAR Nº 2263: NUESTROS PRESIDENTES EN LA PRENSA.- COLEGIO DE CIUDAD REAL
CIRCULAR Nº 2264: SUBVENCIONES DESTINADAS A FINANCIAR CONGRESOS Y OTROS ACTOS DE CARÁCTER SIMILAR
CIRCULAR Nº 2265: 8º CONCURSO EXPOSICION DE CERAMICA.- COLEGIO DE CASTELLON
CIRCULAR Nº 2266: RESUMEN CIRCULARES MES DE ABRIL/2005
CIRCULAR Nº 2267: PROPUESTA DE SEGURO COLECTIVO: Incapacidad permanente por enfermedad. Seguro de retirada del permiso de conducir
CIRCULAR Nº 2268: INFORME ASESORIA FISCAL.- Novedades para la declaración de la renta 2004
CIRCULAR Nº 2269: INFORME ASESORIA FISCAL.- La reforma fiscal del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas

CIRCULAR Nº 2270: NUESTROS PRESIDENTES EN LA PRENSA.- Colegio de Salamanca
CIRCULAR Nº 2271: NUESTROS PRESIDENTES EN LA PRENSA.- Colegio de Córdoba
CIRCULAR Nº 2272: NUESTROS PRESIDENTES EN LA PRENSA.- Colegio de Córdoba
CIRCULAR Nº 2273: CESDE CCC (Continuación) - Cuña Publicitaria Curso Agente Comercial
CIRCULAR Nº 2274: NUESTROS PRESIDENTES EN LA PRENSA.- Colegio de León
CIRCULAR Nº 2275: NUESTROS PRESIDENTES EN LA PRENSA.- Colegio de La Rioja
CIRCULAR Nº 2276: AC HOTELES 2005
CIRCULAR Nº 2277: ENTREVISTA CON EL DIRECTOR GENERAL DE ECONOMIA SOCIAL Y DEL TRABAJO AUTÓNOMO
CIRCULAR Nº 2278: PUBLICACIÓN ACTOS COLEGALES EN LA GACETA Nº 40
CIRCULAR Nº 2279: ESTADO PRESUPUESTO INGRESOS Y GASTOS



Circulares

ACUMULADO AL MES DE ABRIL DE 2005
CIRCULAR Nº 2280: EXENCIÓN TEMPORAL CUOTA DE INGRESO.- Continuación
CIRCULAR Nº 2281: RESUMEN DE CIRCULARES MES DE MAYO/2005
CIRCULAR Nº 2282: NUESTROS PRESIDENTES EN LA PRENSA.- Colegio de Cantabria
CIRCULAR Nº 2283: PROYECTO DE LEY DE REFORMA DEL IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES
CIRCULAR Nº 2284: NUESTROS PRESIDENTES EN LA PRENSA - Colegio de Mallorca, Ibiza y Formentera
CIRCULAR Nº 2285: DIMISIÓN REPRESENTANTE DE LA AUTONOMÍA DE CANARIAS
CIRCULAR Nº 2286: NUESTROS PRESIDENTES EN LA PRENSA.- Colegio de León
CIRCULAR Nº 2287: PAGO DEL IMPUESTO SOBRE ACTIVIDADES ECONÓMICAS (I.A.E.)

[ENTRE EN SU CASA]

OFERTA ESPECIAL
AGENTES
COMERCIALES

2,75%
tres primeros años

3,26% ^{TAE*}

**EURIBOR
+ 0,75**
Revisión anual
Tipo mínimo 3,25%

Con nómina domiciliada, tres recibos de suministros, plan de pensiones Popular, seguro Allianz Hogar y la tarjeta Visa del Colegio al que pertenezca o en su caso la del **Grupo Banco Popular**.

Oferta válida hasta el 31 de diciembre de 2005

**HIPOTECA
AHORRO
COLECTIVOS**
GRUPO BANCO POPULAR

Gastos de tasación
por cuenta del Banco

Comisión por cancelación total o parcial **0%**
Comisión por subrogación a otra entidad **0,50%**
Comisión de apertura **0,90%** (sin mínimos)

* TAE calculada para una hipoteca de 120.000 euros a 30 años con un EURIBOR de 2,312 (último EURIBOR publicado en el BOE a 23/02/05 correspondiente al mes de enero de 2005) aplicando en las revisiones el tipo mínimo.

INFORME DE AUDITORÍA

El pasado día 16 de junio de 2005, se reunió el Patronato de la Fundación de los Agentes Comerciales de España, adoptando entre otros Acuerdos, que el informe de auditoría de esta Fundación fuera publicado en el primer número de la Gaceta. El informe de auditoría que se transcribe dice lo siguiente:

INFORME DE AUDITORÍA DE CUENTAS ANUALES

A los Patronos de la FUNDACION DE LOS AGENTES COMERCIALES:

Hemos auditado las cuentas anuales de la Entidad FUNDACION DE LOS AGENTES COMERCIALES, que comprenden el balance de situación al 31 de diciembre de 2004, la cuenta de pérdidas y ganancias y la memoria correspondientes al ejercicio anual terminado en dicha fecha, cuya formulación es responsabilidad de los

administradores de la Entidad. Nuestra responsabilidad es expresar una opinión sobre las citadas cuentas anuales en su conjunto, basada en el trabajo realizado de acuerdo con las normas de auditoría generalmente aceptadas, que requieren el examen, mediante la realización de pruebas selectivas, de la evidencia justificativa de las cuentas anuales y la evaluación de su presentación, de los principios contables aplicados y de las estimaciones realizadas.

De acuerdo con la legislación mercantil, los administradores presentan, a efectos comparativos, con cada una de las partidas del balance, de la cuenta de pérdidas y ganancias y del cuadro de financiación, además de las cifras del ejercicio 2004, las correspondientes al ejercicio anterior. Nuestra opinión se refiere exclusivamente a las cuentas anuales del ejercicio 2004. Con fecha 2 de abril de 2004, emitimos nuestro informe de auditoría acerca de las cuentas anuales del ejercicio 2003 en el que expresamos

una opinión sin salvedades.

En nuestra opinión, las cuentas anuales del ejercicio 2004 adjuntas expresan, en todos los aspectos significativos, la imagen fiel del patrimonio y de la situación financiera de la Entidad FUNDACION DE LOS AGENTES COMERCIALES al 31 de diciembre de 2004 y de los resultados de sus operaciones y de los recursos obtenidos y aplicados durante el ejercicio anual terminado en dicha fecha y contienen la información necesaria y suficiente para su interpretación y comprensión adecuada, de conformidad con principios y normas contables generalmente aceptados que guardan uniformidad con los aplicados en el ejercicio anterior.

F-20 AUDITORES, S.L.

Ignacio Villar Turrau
San Sebastián, a 11 de febrero de 2005



Solicite información sin compromiso



únete
al negocio
que reparte
más ilusión
y
beneficios

MEDITERRÁNEA
detalles y regalos

Elche Parque Industrial
Severo Ochoa, 6
03203 Elche (Alicante)

telf - 965 440 202
fax - 965 440 600



info@medirregal.com

Puerta de las Naciones 3
Ribera del Loira, 46
28042 Madrid

telf - 902 206 720
fax - 915 030 597

Líderes en regalos de empresa - Altas comisiones - Contrato mercantil

Actos Colegiales

COLEGIO DE A CORUÑA:

Los pasados días 17 abril y 15 de mayo, se celebraron dos cursos de Conducción Segura. Estos cursos fueron organizados por el Colegio e impartidos por la autoescuela San Martín, teniendo una gran acogida por parte de los colegiados.

El pasado 20 de mayo, tuvo lugar en el Salón de Actos del Colegio, una reunión de la Sección del Mueble, donde entre otros puntos, se procedió a la renovación de los cargos de Presidente y Secretario de la misma. Igualmente, este mismo día, se celebró la Junta General de colegiados.

COLEGIO DE ALICANTE:

Durante los meses de Junio y Julio, el Colegio Oficial de Agentes Comerciales de Alicante, ha realizado tres cursos de Actualización Profesional, cofinanciados por el Fondo Social Europeo y la Consellería de Empresa, Universidad y Ciencia de la Generalitat Valenciana. La temática de los referidos cursos ha sido sobre:

- Informática aplicada a la gestión comercial.
- Gestión de la empresa comercial.
- Marketing.

COLEGIO DE BURGOS:

El pasado día 11 de Junio, el Colegio Oficial de Agentes Comerciales de Burgos, celebró el Día del Agente Comercial. Entre los actos celebrados, cabe destacar; la entrega de Placas "Bodas de Plata" a varios compañeros, acto que tuvo lugar en el transcurso de la celebración de la Junta General Ordinaria.

Asimismo, realizaron una visita al Monasterio de San Pedro de Cardeña. Seguidamente celebraron un Almuerzo de Hermandad.

COLEGIO DE CÁCERES:

El Colegio de Agentes Comerciales de Cáceres, ha comenzado una nueva etapa con la Cofradía de Nuestra Señora de la Esperanza, Patrona de los Agentes Comerciales, desde hace bastantes años.

Después de que el Colegio realizara actos en honor a la Patrona paralelos a los que realizada la Cofradía, este año, varios miembros de la Junta de Gobierno del Colegio, concretamente el Presidente, el Vicepresidente y el Secretario, tras la invitación realizada por el Mayordomo de la Hermandad, han participado en la procesión en la Estación de Penitencia del Colegio de Cáceres, lo cual ha supuesto un gran honor y orgullo para la Junta de Gobierno, el representar a todos los Colegiados.

COLEGIO DE CÁDIZ:

El pasado mes de marzo, tuvo lugar en la Iglesia Conventual de Santo Domingo, la solemne bendición de la nueva imagen de la Virgen de la Esperanza, Patrona de los Agentes Comerciales y que ha sido tallada por el imaginero sevillano Luis Álvarez Duarte.

Ofició la ceremonia religiosa el Vicario General de Diócesis gaditana, asistiendo al acto diversas autoridades y personalidades entre las que se encontraban la Excm. Sra. Alcaldesa de Cádiz Doña Teófila Martínez Sáez, acompañada de varios ediles del ayuntamiento gaditano, así como Don José Moltó Calatayud y Don José Alejandro Blanco de Lara, Presidente y Secretario General del Consejo General, respectivamente.

También asistió al acto Don Manuel José Diánez Morán, Presidente del Consejo Andaluz de Colegios de Agentes Comerciales y Presidente del Colegio hermano de Sevilla. Asimismo asistió el Vocal por Andalucía en el Consejo General y Presidente del Colegio hermano de Málaga, Don Antonio Arroyo Escribano.

Asistió en pleno la junta directiva de la cofradía de Ntra. Sra. de la Esperanza, encabezada por el Hermano Mayor Don Julio Oliva Martín. El Colegio gaditano estuvo representado por su presidente Don Fco. Manuel Maestre Barrajón y su Junta de Gobierno.

Por otro parte, el Colegio, como entidad en posesión de la Medalla de Oro de la Ciudad de Cádiz, fue invitada a los actos programados por el Excmo. Ayuntamiento gaditano, actos entre los que cabe mencionar, Hermanamientos de las Ciudades de La Coruña y Cádiz, Actos Conmemorativos del Aniversario de la Constitución de 1.812 (Cádiz, Ciudad Constitucional 1812-2012), entrega de Medallas del Trimilenario y nombramiento de Hijo Predilecto.

El pasado 29 de Abril, tuvo lugar la celebración de la Asamblea Anual de Colegiados, donde fueron aprobadas las cuentas anuales de la Corporación y dada cuenta de la Memoria de Actividades correspondientes al pasado ejercicio.

COLEGIO DE SABADELL:

El pasado día 30 de abril los Colegios de Sabadell y Zaragoza celebraron el Hermanamiento en la ciudad de Sabadell. A dicho acto asistieron: Presidentes de los Colegios de Sabadell y Zaragoza, Don Miguel Pardo y Don Jordi López Enrique juntamente con miembros de dichas Juntas, el Presidente de la Comunidad de Aragón, Don Marcelino Iglesias, el Alcalde de Sabadell Sr. Manuel Bustos Garrido, Presidente de la Cambra de Comerç e Indústria de Sabadell, Sr. Antoni Peñarroya, Tiente Coronel Primer Jefe de la Guardia Civil de la provincia Zaragoza Sr. José Ángel Núñez Álvarez y demás autoridades.

Software para equipos de venta



Gestión informática **completa** para el agente comercial



Empresa	Fecha	Importe	Nota
FERRETERIA JIMENO S.L.	20/06/2005 14:23	1.000	
...

Nuevo navegador de fichas.

Conozca Team Center

- ▶ Intercambie pedidos, clientes, artículos... con su representada o vendedores de forma automática.
- ▶ Team center recibe y envía información sin necesidad de codificar, interpretar y teclear una y otra vez la información.
- ▶ Recibe la información de los team ac y de forma inteligente la enlaza con sus datos y la recuerda para siempre.

NUEVA VERSION
4.0



confirmaciones recepción, aceptación, rechazo,....

www.sellmaster.com

team AC 320 €
team Pocket 120 €

PROMOCIÓN

team AC + team Pocket

Por 380 €

Pague en 3 plazos **sin intereses**
I.V.A. no incluido

- Facilidad de uso
- Captación y seguimiento de presupuestos, pedidos
- Cartera de contactos, clientes, planificación de rutas
- Agenda integrada, Gestor de circulares
- Importador de tarifas: No necesita teclear sus artículos
- Altamente personalizable
- Comunicaciones integradas, fax y correo electrónico
- Controle sus liquidaciones de comisiones
- Marque sus objetivos
- Sencilla obtención de informes y comparativas de venta
- Y mucho más.....

GESTIONA TUS VENTAS DESDE CUALQUIER LUGAR.

Multisoft te ofrece la herramienta Representante Mobile, la solución integral para la gestión del Agente Comercial. Estés donde estés, desde tu PDA tendrás disponible toda la información de tu negocio y podrás realizar todo el trabajo administrativo antes de llegar a la oficina. Y si aún no dispones de PDA, línea GPRS o ADSL, llama al 902 208 238 y te indicaremos tu tienda Telefónica más cercana. Además, si eres cliente de Telefónica Movistar, conseguirás gratis el módulo de conexión iConnect.

NUEVA VERSIÓN REPRESENTANTE MOBILE (PDA)

El mejor programa para AGENTES COMERCIALES EN PDA
enlazado con REPRESENTANTE PROFESIONAL (PC OFICINA).

445€***



NUEVA VERSIÓN
REPRESENTANTE PROFESIONAL (PC OFICINA)
solicítalo en www.cgac.es/softwaregratis

GRATIS*

iConnect (conexión remota PDA-oficina)

GRATIS**

PAGUE EN 3 PLAZOS SIN INTERESES

¡El programa más completo para
agentes comerciales en PDA!

Oferta válida hasta el 15 de septiembre.

Y DISPONGA EN LA PDA DE LAS FUNCIONES MÁS AVANZADAS...

Envío de pedidos vía email y fax al representado con posibilidad de copia al cliente. Posibilidad de capturar pedidos mediante lector de códigos de barras. Firma digital del pedido en la PDA y envío al cliente firmado, desde PC o PDA. Reposiciones automáticas. Histórico de pedido. Gráficas estadísticas de venta por cliente, representado, año, trimestre... Activación de alertas al acceder a cada cliente. Planificación y seguimiento de las visitas...

TSM 500



iPaq



Telefónica



movistar
distribuidor oficial

Ven y pídenos más

la tienda

Telefónica