

Anexos

A continuación se acompañan los siguientes anexos:

ANEXO I: LEGISLACIÓN APLICABLE

ANEXO II: ORDEN PROGRAMA DE INCENTIVOS JUNTA DE ANDALUCIA

ANEXO III: COYUNTURA ECONÓMICA DE ANDALUCIA

ANEXO IV: CURRICULUM VITAE DEL PROMOTOR

ANEXO V: CONTRATO TIPO EXTRATEGIA

ANEXO VI: ENCUESTAS RESPONDIDAS ETICOM

Anexo I: Legislación aplicable.

A continuación se enumeran las principales leyes a ser consideradas para la implantación y desarrollo de la actividad empresarial prevista.

Derecho Civil.

LEY 7/1998, de 13 de abril, sobre condiciones generales de la contratación.

LEY 29/1994, de 24 de noviembre, de Arrendamientos Urbanos.

LEY 2/1984, de 24 de enero, por la que se modifica el artículo 24 de la Ley de arrendamientos urbanos.

Derecho Informático

LEY 5/1998, de 6 de marzo, de incorporación al Derecho Español de la Directiva 96/9/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de marzo de 1996, sobre la protección jurídica de las bases de datos.

ORDEN ECO/512/2002, de 7 de febrero, por la que se autorizan los precios públicos del servicio de difusión selectiva de información de las bases de datos del Sistema de Información Empresarial de la Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa, y se establece la gratuidad del servicio de consultas en línea.

LEY ORGÁNICA 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal.

LEY ORGANICA 5/1992, de 29 de octubre, de regulación del tratamiento automatizado de los Datos de Carácter Personal.

LEY 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.

LEY 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.

LEY 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones.

REAL DECRETO 424/2005, de 15 de abril, por el que se aprueba el Reglamento sobre las condiciones para la prestación de servicios de comunicaciones electrónicas, el servicio universal y la protección de los usuarios.

ORDEN ITC/1542/2005, de 19 de mayo, que aprueba el Plan Nacional de nombres de dominio de Internet bajo el código de país correspondiente a España («.es»).

Derecho Laboral

LEY ORGANICA 11/1985, de 2 de agosto, de Libertad Sindical.

LEY 39/1999, de 5 de noviembre, para promover la conciliación de la vida familiar y laboral de las personas trabajadoras.

LEY 24/1999, de 6 de julio, por la que se modifica el artículo 92.2 del texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores, aprobado por Real Decreto Legislativo 1/1995, de 24 de marzo, referido a la extensión de convenios colectivos.

LEY 60/1997, de 19 de diciembre, de modificación del Estatuto de los Trabajadores en materia de cobertura del Fondo de Garantía Salarial.

LEY 31/1995, de 8 de noviembre, de Prevención de Riesgos Laborales

LEY 11/1994, de 19 de mayo, por la que se modifican determinados artículos del Estatuto de los trabajadores, y del Texto Articulado de la Ley de Procedimiento Laboral y de la Ley sobre Infracciones y Sanciones en el Orden Social.

LEY 36/1992, de 28 de diciembre, sobre modificación del Estatuto de los Trabajadores en materia de indemnización en los supuestos de extinción contractual por jubilación del empresario.

LEY 8/1988, de 7 de abril, sobre Infracciones y Sanciones de Orden Social.

LEY 32/1984, de 2 de agosto, sobre modificación de determinados artículos de la Ley 8/1980, de 10 de marzo, del Estatuto de los Trabajadores.

LEY 51/1980, de 8 de octubre, Básica de Empleo.

LEY 8/1980, de 10 de marzo, del Estatuto de los Trabajadores.

LEY 29/1999, de 16 de julio, de Modificación de la Ley 14/1994, de 1 de junio, por la que se regulan las Empresas de Trabajo Temporal.

Derecho Mercantil

LEY 12/1992, de 27 de mayo, sobre Contrato de Agencia.

LEY 9/1992, de 30 de abril, de Mediación en Seguros Privados.

LEY 26/1991, de 21 de noviembre, sobre contratos celebrados fuera de los establecimientos mercantiles.

LEY 33/1984, de 2 de agosto, sobre Ordenación del Seguro Privado.

LEY 50/1980, de 8 de octubre, de Contrato de Seguro.

LEY 32/1988, de 10 de noviembre, de Marcas.

LEY 22/1987, de 11 de noviembre, de Propiedad Intelectual.

LEY 11/1986, de 20 de marzo, de régimen jurídico de Patentes de Invención y Modelos de Utilidad.

LEY 2/1995, de 23 de marzo, de Sociedades de Responsabilidad Limitada.

LEY 12/1991, de 29 de abril, de Agrupaciones de Interés Económico.

LEY 19/1989, de 25 de julio, de reforma parcial y adaptación de la legislación mercantil a las directivas de la Comunidad Económica Europea (CEE) en materia de sociedades.

LEY 7/2003, de 1 de abril, de la sociedad limitada Nueva Empresa por la que se modifica la Ley 2/1995, de 23 de marzo, de Sociedades de Responsabilidad Limitada.

LEY 3/2004, de 29 de diciembre, por la que se establecen medidas de lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales.

LEY 1/2002, de 21 de febrero, de Coordinación de las Competencias del Estado y las Comunidades Autónomas en materia de Defensa de la Competencia.

LEY 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal.

LEY 16/1989, de 17 de julio, de defensa de la competencia.

LEY 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.

Derecho Tributario

LEY 1/1998, de 26 de febrero, de Derechos y Garantías de los Contribuyentes.

LEY 25/1995, de 20 de julio, de modificación parcial de la Ley General Tributaria.

LEY 10/1985, de 26 de abril, de modificación parcial de la Ley General Tributaria.

Se considerará la legislación regional o local del entorno en el que se desarrolle puntualmente la actividad.

Anexo II: Orden programa de incentivos Junta de Andalucía.

A continuación se acompaña la ORDEN DE 24 DE MAYO DE 2005 DE LA CONSEJERIA DE INNOVACIÓN, CIENCIA Y EMPRESA POR LA QUE SE ESTABLECEN LAS BASES REGULADORAS DE UN PROGRAMA DE INCENTIVOS PARA EL FOMENTO DE LA INNOVACIÓN Y EL DESARROLLO EMPRESARIAL EN ANDALUCÍA Y SE EFECTUA SU CONVOCATORIA PARA LOS AÑOS 2005 Y 2006.

Anexo III: Coyuntura Económica de Andalucía.

La información relativa a la coyuntura económica de Andalucía (publicación nº58) editada por la Consejería de Economía y Hacienda de la Junta de Andalucía, ofrece los siguientes datos referentes a la situación de la economía en Andalucía en 2004:

La economía andaluza alcanza en 2004 un crecimiento real del 3,4%, siete décimas superior al del año anterior y la media nacional (2,7%), y casi el doble que en la Eurozona (1,8%).

Los resultados de la Contabilidad Trimestral de Andalucía, referidos al cuarto trimestre de 2004, señalan una ligera aceleración del ritmo de crecimiento de la economía andaluza en los últimos meses del año, en sintonía con el comportamiento a nivel nacional, y en un contexto de pérdida de dinamismo en la Eurozona.

El Producto Interior Bruto a precios de mercado (PIB p.m.), corregido de efectos estacionales y de calendario, registra un crecimiento real cifrado en un 3,4% interanual en el cuarto trimestre, una décima superior al precedente, por encima de la media nacional (2,7%) y, especialmente, de la Zona Euro (1,6%, según Eurostat).

En el último trimestre se observa una ligera aceleración del ritmo de crecimiento, en un contexto de pérdida de dinamismo en la Zona Euro.

Con ello, en el conjunto del año, el PIB ha aumentado en Andalucía, en términos reales, un 3,4%, siete décimas más que en 2003 y en la economía española en su conjunto (2,7%), y casi el doble del crecimiento económico registrado en la Eurozona (1,8%).

Desde el punto de vista de la oferta, este crecimiento de la economía andaluza, tanto en el cuarto trimestre como en el conjunto del año, se ha sustentado en la contribución positiva de todos los sectores productivos, lo que no ha sucedido a nivel nacional.

Desde el punto de vista de la demanda, los indicadores muestran un crecimiento sostenido de los componentes internos, consumo e inversión, y junto a ello, un notable dinamismo de los intercambios comerciales con el extranjero a lo largo de todo el año, especialmente en la vertiente importadora.

El superior dinamismo relativo de la economía andaluza respecto a las de su entorno se ha reflejado en el mercado laboral, tanto en el proceso de generación de empleo como de reducción del paro, y de igual forma en el tejido empresarial, con un mayor impulso de la creación de sociedades mercantiles.

Todo ello, en unas condiciones nominales caracterizadas por una cierta contención de la trayectoria ascendente de los precios en los últimos meses del año, cerrando el ejercicio, en cualquier caso, con incrementos superiores a los de 2003.

Desde el punto de vista de la oferta, el resultado del cuarto trimestre viene a confirmar el carácter equilibrado del crecimiento de la economía andaluza en 2004, que se sustenta en la contribución positiva de todos los sectores productivos, lo que no ocurre en el conjunto de la economía española.

En el sector primario, el Valor Añadido Bruto a precios básicos (VAB p.b.) alcanza una tasa de crecimiento real cifrada en un 7% interanual, 1,7 puntos

superior a la del tercer trimestre, y en contraste con la caída del sector en el conjunto de la economía española (-2,1% interanual).

Con este resultado, el más elevado desde principios de 2002, la actividad agraria y pesquera se recupera en Andalucía del descenso registrado el ejercicio anterior, y presenta un crecimiento real en 2004 del 5,9%, casi dos puntos superior a la media del sector en la Eurozona, y en un contexto de práctico estancamiento a nivel nacional (-0,6%).

El positivo comportamiento del sector en el cuarto trimestre, al igual que en los tres anteriores, descansa, exclusivamente, en la agricultura, con aumentos de producción en la mayoría de los cultivos, a excepción de tubérculos, frutales no cítricos, flores y plantas, y olivar, según señala el avance de superficies y producciones de la Consejería de Agricultura y Pesca, correspondiente al mes de diciembre.

Mientras, en el subsector pesquero, se mantiene la trayectoria de descenso continuado de las capturas a lo largo de todo el año, con una reducción conjunta del 11,5% en 2004, en cualquier caso, algo inferior a la registrada el ejercicio anterior.

Todos los sectores productivos contribuyen de manera positiva al crecimiento de la economía andaluza, lo que no sucede a nivel nacional.

En el mismo sentido que el sector primario, el conjunto de sectores no agrarios intensifica su ritmo de crecimiento en el cuarto trimestre, hasta alcanzar un 3,2% interanual, una décima superior al precedente, y por encima del resultado de estas actividades en España (2,7%) y, sobre todo, en la Zona Euro (1,6%).

Concretamente, en la industria, el VAB aumenta en términos reales un 2,2% interanual, una décima más que en el tercer trimestre, en un contexto de cierta pérdida de impulso de esta actividad a nivel nacional (2,3% interanual, dos décimas menos que en el tercer trimestre) y, sobre todo, en la Eurozona (1,2%, frente al 2,6% del tercer trimestre).

Con este resultado del cuarto trimestre, el crecimiento del sector industrial en Andalucía en 2004 se sitúa en el 2,3%, el más elevado de los últimos tres años, y ligeramente superior a la media en España (2,1%) y la Zona Euro (2,2%).

La aceleración de la actividad industrial en el cuarto trimestre se observa, asimismo, en el Índice de Producción Industrial (IPIAN), que se recupera de la caída registrada en el trimestre anterior, con un aumento del 0,8% interanual entre octubre y diciembre.

Esta recuperación de la producción industrial se centra, según el destino económico de los bienes, en la industria de bienes intermedios, destacando, según ramas de actividad, el dinamismo de la industria energética, con un crecimiento del 6,8% interanual en el trimestre, el mayor desde el primer trimestre de 2002.

De otro lado, estos resultados del sector en términos de producción han venido acompañados, según la Encuesta de Coyuntura Industrial, de una mejora de las opiniones de los empresarios sobre la marcha del sector, y un notable aumento del grado de utilización de la capacidad productiva instalada en el mismo, que alcanza el 77,6% en el cuarto trimestre, casi tres puntos más que en el trimestre anterior.

La construcción, por su parte, mantiene el fuerte ritmo de crecimiento registrado en el trimestre precedente (7% interanual), superando ampliamente

el incremento del sector a nivel nacional (4%) y, sobre todo, el moderado comportamiento de esta actividad en la Zona Euro (0,8%).

Con ello, en el conjunto del año, y al igual que en 2003, el sector vuelve a destacar como el más dinámico de la economía andaluza, con un crecimiento del 7,4%, duplicando el resultado en España (3,7%), y en un contexto de práctico estancamiento en la Eurozona (0,8%).

El dinamismo de la actividad constructora se refleja en los consumos intermedios del sector, especialmente en el consumo aparente de cemento, con un crecimiento del 21,7% interanual entre octubre y noviembre, últimos para los que se dispone de información, acumulando un incremento en los once meses transcurridos del año del 14,2% interanual, el mayor desde 1999.

Diferenciando por subsectores, el Indicador de Actividad en Edificación Residencial, elaborado a partir de las viviendas iniciadas periodificadas según su plazo teórico de ejecución, muestra una trayectoria de ralentización a medida que avanza el año, con un crecimiento interanual en el cuarto trimestre del 9,8%. Mientras, las viviendas terminadas experimentan un notable avance, con un aumento del 23,5% interanual entre octubre y diciembre, centrado en el tramo de renta libre.

Esta evolución de la oferta residencial ha estado acompañada de una cierta ralentización de la concesión de créditos hipotecarios para fincas urbanas, que entre octubre y noviembre se incrementa un 42,2% interanual, por debajo de los crecimientos de los dos trimestres anteriores, en un contexto en el que el precio del metro cuadrado de la vivienda libre en Andalucía aumenta un 21,3% interanual, casi cuatro puntos más que a nivel nacional (17,5%).

Respecto a la evolución futura, los indicadores parecen apuntar la continuidad de una trayectoria de ralentización de la edificación residencial en los próximos meses, con un descenso de los proyectos visados del -17,4% interanual en los nueve primeros meses de 2004. Junto a ello, se observa también una desaceleración de la licitación oficial en el último trimestre del año, con un aumento del 11,4% interanual, tras el fuerte impulso del tercer trimestre (70,7%), siendo, con todo, el balance en 2004 de un crecimiento del 22,9%, superior al del año anterior.

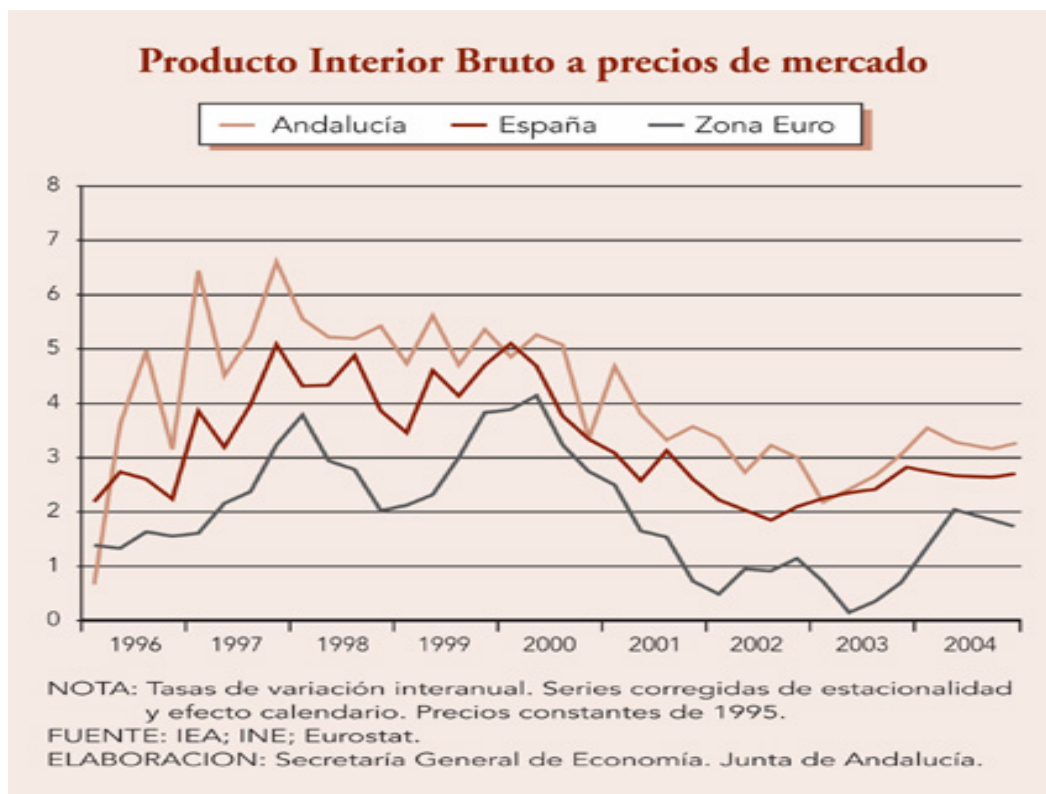
Finalmente, en los servicios, el VAB aumenta en términos reales un 2,7% interanual, una décima más que en el tercer trimestre, igualando el resultado del sector en España, y un punto por encima del crecimiento en la Zona Euro (1,7%).

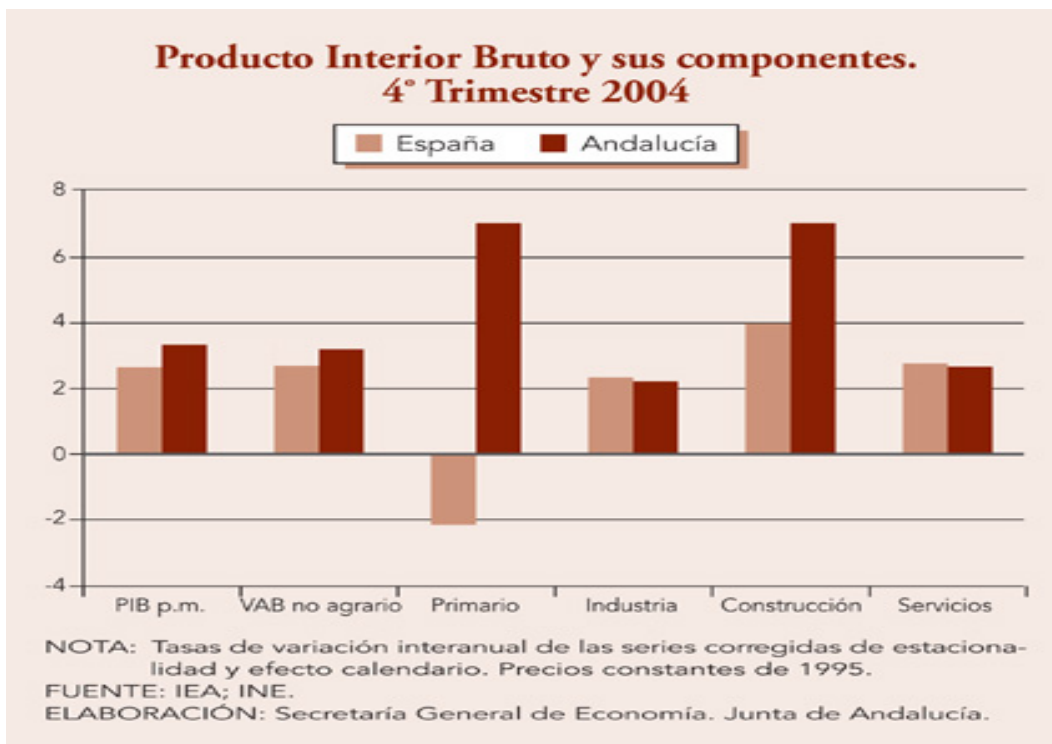
El comportamiento relativamente sostenido que caracteriza la evolución de las actividades terciarias, determina que en el conjunto del año, el crecimiento real del sector sea del 2,7%, prácticamente igual a la media nacional y al resultado de los dos años anteriores, en cualquier caso notablemente superior al incremento en la Eurozona (1,7%).

Por subsectores, destaca la consolidación de la recuperación de la actividad turística en el último trimestre del año, con un crecimiento del número de turistas del 4,7% interanual, según la Encuesta de Coyuntura Turística del IEA, tras dos trimestres de comportamiento muy moderado. Este resultado, favorecido por la notable afluencia de turismo nacional, así como por la recuperación de tasas positivas de crecimiento del turismo procedente del extranjero, determina que en el conjunto del año se haya superado, por primera vez, la cifra de 22 millones de turistas en Andalucía.

En el mismo sentido, la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE recoge una intensificación del número de viajeros alojados en hoteles andaluces y de las pernoctaciones realizadas por los mismos, que se incrementan un 8,5% y 11,4% interanual, respectivamente, en el cuarto trimestre, casi el doble que en el trimestre anterior.

En relación al resto de subsectores, y con información referida al empleo, se observan aumentos generalizados de la ocupación en todos ellos, destacando los servicios de ocio y personales (12,6% interanual), y dentro de ellos, la hostelería; le siguen los servicios prestados a las empresas, con un aumento de la población ocupada del 9,2% interanual, especialmente en actividades informáticas.





Destaca el crecimiento sostenido del consumo y la inversión, y la expansión de las exportaciones en el último trimestre.

Desde la perspectiva de la demanda agregada, los indicadores no reflejan cambios significativos en su evolución en relación a trimestres precedentes. En la vertiente interna, destaca el crecimiento sostenido del consumo y la inversión, y en la externa, el dinamismo de los intercambios comerciales con el extranjero, intensificándose el ritmo de crecimiento de las exportaciones mientras se modera el de las importaciones.

Concretamente, en la vertiente interna, y en un contexto de tipos de interés reducidos y notable creación de empleo, los indicadores de consumo muestran, en general, un intenso crecimiento, si bien con comportamientos algo diferenciados.

Destaca la evolución del índice de comercio al por menor, que aumenta, en términos nominales, un 5,3% interanual entre octubre y diciembre, tres puntos más que en el trimestre precedente. Junto a ello, las ventas en grandes superficies comerciales muestran también una trayectoria ascendente, con un incremento del 3,6% interanual en el último trimestre del año, cuatro décimas más que en el anterior, centrado en una expansión de las ventas de productos alimenticios, mientras que las de productos no alimenticios continúan desacelerando su ritmo de crecimiento desde principios de año.

Esta ralentización de las ventas no alimenticias apunta un comportamiento moderado del consumo de bienes duraderos, que se corrobora con la evolución de la matriculación de turismos, que tras incrementarse a tasas de dos dígitos en el primer semestre, se ha ido desacelerando hasta registrar un aumento del 5,4% en el último trimestre de 2004.

En la misma línea, los indicadores de disponibilidad de bienes de consumo muestran una evolución más contenida que en meses precedentes, con una

caída de la producción interior del 4,2% interanual en el cuarto trimestre, explicada fundamentalmente por la reducción experimentada en alimentación, bebidas y tabaco; mientras, las importaciones de estos bienes muestran un notable incremento (8,2% interanual en los meses de octubre y noviembre), aunque de menor intensidad que en trimestres anteriores.

Desde el punto de vista de la inversión, se mantiene la fortaleza de la destinada a construcción, como se desprende de los datos de valor añadido generado en el sector, con un crecimiento real del 7% interanual en el cuarto trimestre de 2004, la misma tasa que en el trimestre anterior, y casi el doble de la media nacional (4,0%).

En relación a la inversión en bienes de equipo, la matriculación de vehículos de carga intensifica ligeramente su trayectoria expansiva, tras atenuarse en el trimestre anterior, registrando un crecimiento del 12,7% interanual en el cuarto trimestre.

Por lo que respecta a los indicadores de disponibilidad de este tipo de bienes, se asiste a una mejora relativa de la producción interior, que aunque se reduce un 0,7% interanual, lo hace a menor ritmo que en los dos trimestres anteriores, impulsada por el mejor comportamiento de la producción de material de transporte. Mientras, las importaciones de bienes de inversión disminuyen un 2,9% interanual entre octubre y noviembre, tras los notables incrementos de los tres trimestres precedentes, si bien en términos reales se observa un incremento de las compras al extranjero del 20% interanual, ya que los precios de las mismas se han reducido un 20,5%.

En cuanto a la demanda externa, y con información disponible para los meses de octubre y noviembre, se aprecia una mejora relativa de la aportación del sector exterior a la economía andaluza, derivado de una aceleración del ritmo

de crecimiento de las exportaciones, que han pasado de un 5,8% interanual en el tercer trimestre, a un 13,0% interanual entre los meses de octubre y noviembre, y una atenuación de las importaciones, aunque siguen destacando por su mayor dinamismo (16,0%).

En el ámbito de los precios, sin embargo, se observa un fuerte crecimiento de los mismos, como muestran los índices de valor unitario del comercio exterior de Andalucía, especialmente intenso en las importaciones. En concreto, los precios de las importaciones aumentan un 21,1% interanual entre octubre y noviembre, mientras que los de las exportaciones se incrementan 11,3%. De este modo, descontando el efecto de los precios, las importaciones registran una caída del -4,3% en el período considerado, mientras que las exportaciones aumentan ligeramente (1,6%), lo que supone una aportación positiva del sector exterior al crecimiento real del PIB de Andalucía.

En 2004 se crean en Andalucía, en términos netos, 20.550 sociedades mercantiles, un 6% más que en el año anterior.

En el tejido empresarial, en el conjunto del año 2004 se contabiliza en Andalucía un total de 20.550 sociedades mercantiles creadas en términos netos, es decir, considerando las creadas menos las disueltas, un 6% más que en el año anterior, crecimiento superior en dos puntos al registrado por término medio en España.

En el mercado laboral, el balance del año es de una aceleración del proceso de creación de empleo y reducción del número de parados, con ritmos más elevados que los registrados en 2003 y en la economía española en su conjunto.

Según la Encuesta de Población Activa (EPA), la población ocupada en Andalucía aumenta un 4% en 2004, crecimiento seis décimas más elevado que en 2003, y 1,5 puntos superior a la media nacional (2,5%). Esto supone, en términos absolutos, la creación de 102.700 empleos en el año, casi la cuarta parte de todo el generado en España, alcanzando la población ocupada andaluza el máximo histórico de 2.687.700 personas.

Mayor crecimiento del empleo se desprende del registro de afiliados a la Seguridad Social, con un incremento del 5% interanual en diciembre de 2004, el más elevado de los últimos cinco años, y superior en 1,6 puntos al registrado en 2003 y en el conjunto de la economía española.

Este aumento de la ocupación en Andalucía ha venido acompañado de un crecimiento relativamente más moderado de la población activa (2%), lo que ha favorecido un descenso del número de parados del 6,8%, prácticamente el doble del registrado en 2003, y que casi triplica el ritmo de reducción del desempleo en España (-2,5%). Con ello, la tasa de paro se ha reducido hasta situarse en el 17% por término medio en el año, la más baja desde 1980.

Se acelera el ritmo de creación de empleo y reducción del paro, con tasas superiores a la media nacional.

En la misma línea, aunque con menor intensidad, los datos de paro registrado en las oficinas del INEM reflejan un descenso del 5,0% interanual en diciembre de 2004, más del doble que a nivel nacional y que en el mismo período del año anterior (-2,4% interanual).

Este balance del mercado laboral andaluz en 2004, es el resultado de un perfil evolutivo caracterizado por un ritmo relativamente más dinámico de creación

de empleo y reducción del paro en el segundo semestre del año, especialmente relevante en el último trimestre.

Concretamente, según la EPA, el crecimiento de la población ocupada en Andalucía en el cuarto trimestre alcanza el 5,2% interanual, la tasa más elevada desde el segundo trimestre de 2002, y que casi duplica la media española (2,7%). Esto ha supuesto, en términos absolutos, un aumento de la ocupación andaluza en 135.100 personas, casi el 30% del total nacional.

Esta creación de empleo en el cuarto trimestre ha tenido como aspectos más significativos, de un lado, que se ha centrado, exclusivamente, en las actividades no agrarias y en el colectivo con estudios superiores; y de otro, que ha sido relativamente más intensa en el colectivo de mujeres, en los ocupados por cuenta propia y en los que tienen una relación laboral a tiempo completo.

La información más avanzada que se conoce del mercado laboral, pone de manifiesto que en 2005 se mantiene la trayectoria de creación de empleo y reducción del paro en Andalucía, con ritmos relativamente más elevados que a nivel nacional, si bien inferiores a los del año anterior.

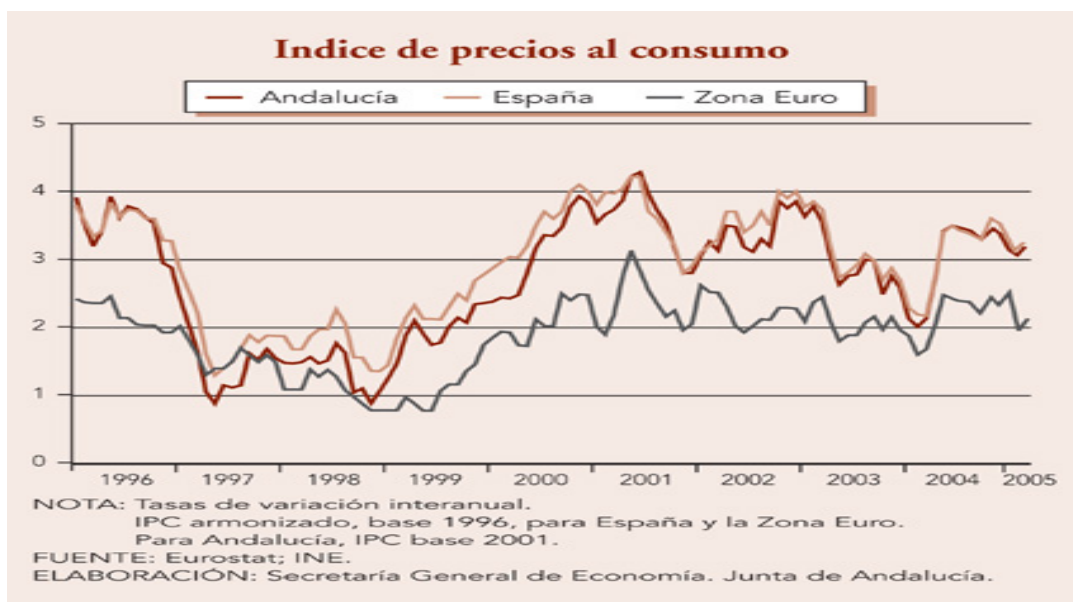
La afiliación de trabajadores a la Seguridad Social en Andalucía presenta un crecimiento del 2,8% interanual en el mes de febrero, última información disponible (2,7% en España), siendo destacable el notable incremento de la afiliación de extranjeros (11,9% interanual en enero), si bien inferior a la del conjunto de la economía española (15,3%). Junto a ello, el paro registrado en las oficinas del INEM desciende en Andalucía un 3,4% interanual en febrero, 1,4 puntos más que en España (-2,0%).

En el capítulo de precios, los indicadores reflejan, en el cuarto trimestre, una cierta contención en la trayectoria ascendente que venían mostrando desde

principios de año, cerrando 2004, en cualquier caso, con incrementos superiores a los del ejercicio anterior

Desde el punto de vista de la producción, el deflactor del Producto Interior Bruto a precios de mercado (PIB p.m.), medido en términos de serie corregida de efectos estacionales y de calendario, registra un crecimiento interanual del 4,8% en el cuarto trimestre, una décima inferior al precedente, y prácticamente igual a la media nacional (4,7%). Con este resultado, en el conjunto del año, el deflactor del PIB de Andalucía aumenta un 4,4%, la tasa más elevada desde que se dispone de una serie homogénea de PIB con la metodología del SEC-95, e igual al incremento medio en España.

Desde la perspectiva de los precios de demanda, el Índice de Precios al Consumo (IPC) modera su ritmo de crecimiento a lo largo del segundo semestre, finalizando 2004 con una tasa de inflación del 3,1% interanual en diciembre, una décima inferior a la media nacional, y cuatro décimas por debajo del resultado con el que se cerró la primera mitad del año.



Este incremento, en cualquier caso, supone que la tasa de inflación de Andalucía en 2004 ha sido medio punto superior a la del año anterior, repunte algo menos intenso que en el conjunto de la economía española, donde la tasa de inflación ha sido 0,6 puntos porcentuales más elevada que en 2003.

En este comportamiento de los precios en 2004 ha tenido una especial incidencia la trayectoria ascendente del petróleo en los mercados internacionales, reflejado en el IPC de carburantes y combustibles, que cierra el año con un crecimiento interanual del 8,1%, en contraste con la caída experimentada el año anterior (-0,2% interanual), y aportando medio punto a la subida general del índice. De esta forma, si del IPC se detrae este componente, se tiene que el crecimiento de los restantes precios en Andalucía ha sido del 2,8% interanual, igual que en el año anterior, y tres décimas menos que el del índice general (3,1%).

La información más avanzada que se conoce refleja un nuevo repunte de la tasa de inflación, que en un contexto de subida del precio del petróleo en los mercados internacionales, así como de algunos alimentos sin elaboración, alcanza el 3,2% interanual en Andalucía en el mes de febrero de 2005, en cualquier caso conservando un diferencial favorable con la tasa de inflación de España (3,3%).

En cuanto a los salarios, los datos del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, ponen de manifiesto que en 2004 se registran crecimientos más moderados que en el ejercicio anterior, situándose el incremento salarial pactado en los convenios colectivos firmados hasta el mes de diciembre, sin incluir cláusulas de salvaguarda, en el 3,22% en Andalucía, casi medio punto inferior al de 2003, y ligeramente superior al crecimiento medio en España (2,97%).



Los salarios están subiendo en 2005 a ritmos más elevados que en el año anterior.

Este aumento de los salarios, de otro lado, ha sido algo más elevado que el experimentado por el IPC (3,1%), lo que ha supuesto en 2004 una leve ganancia de poder adquisitivo en Andalucía, a diferencia de lo ocurrido a nivel nacional, donde el incremento salarial en convenio se ha situado por debajo de la subida general del IPC (3,2%).

La información conocida del presente año, apunta un crecimiento de los salarios pactados en convenio en Andalucía del 3,07% en febrero, superior en casi medio punto al resultado del mismo mes del año anterior, y más elevado que la media nacional (2,79%).

Respecto a la evolución de los costes, en el cuarto trimestre de 2004 se observa una significativa contención del ritmo de crecimiento en Andalucía, en un contexto de ligera aceleración en el conjunto de la economía española.

Según el INE, el coste laboral por trabajador y mes aumenta un 2,1% interanual en el último trimestre del año en Andalucía, 1,3 puntos menos que en el trimestre precedente, e inferior al incremento medio nacional (2,7%). Este relativo menor aumento de los costes en Andalucía en comparación con la media española, viene explicado por el inferior crecimiento que muestran los costes salariales (0,8% interanual, frente a un 2,6% en España), a diferencia de los restantes costes (cotizaciones obligatorias a la Seguridad Social y percepciones no salariales) que se incrementan de manera relativamente más intensa en la región (5,9% y 3%, respectivamente).

Los resultados registrados por la economía andaluza en 2004 han venido a confirmar las previsiones que la Consejería de Economía y Hacienda contemplaba en el Presupuesto de la Comunidad Autónoma de Andalucía para ese año, previsiones que, elaboradas en octubre del año 2003, establecían un crecimiento real del PIB de Andalucía del 3,4% en 2004.

Para el presente año, y en sintonía con las expectativas de evolución de la economía mundial que establecen los principales organismos internacionales, la Consejería de Economía y Hacienda prevé que la economía andaluza registre un ritmo de crecimiento ligeramente más moderado que en el ejercicio anterior, en cualquier caso nuevamente superior a la media nacional y de la Eurozona.

Concretamente, la previsión de la Consejería de Economía y Hacienda es que el crecimiento real del PIB de Andalucía se sitúe en el 3,1% en 2005, superior al esperado por el Ministerio de Economía y Hacienda para la economía española (2,9%), y sobre todo, al previsto por la Comisión Europea para el conjunto de la Zona Euro (2%).

Este resultado, que va a suponer que la economía andaluza continúe instalada, por duodécimo año consecutivo, en el ciclo de crecimiento que viene atravesando desde 1994, se va a trasladar al mercado laboral, con un crecimiento de la población ocupada en Andalucía del 2,7%, muy por encima del esperado por la Comisión Europea para la Zona Euro (0,9%).

Anexo IV: Currículum Vitae del Promotor.

ALEJANDRO GARCÍA MARTÍN.

Formación Reglada.

Titulación 1:	Ingeniero Técnico Industrial
Especialidad:	Electrónica, Regulación y Automatismos
Universidad:	Escuela Universitaria Politécnica de Sevilla
Fechas:	Desde octubre de 1.992 hasta junio de 1.996
Proyecto Fin de Carrera:	Robotización de Células de Producción
Titulación 2:	Ingeniero Organización Industrial
Especialidad:	Gestión de Empresas
Universidad:	Escuela Superior de Ingenieros de Sevilla
Fechas:	Desde octubre de 2001 hasta septiembre de 2005.
Proyecto:	A falta de entrega.

Formación Complementaria.

Diversos cursos realizados en la Confederación Empresarios Andalucía (CEA):

- Gestión de la Producción y Proyectos. 300 horas. Año 1.998.
- Gestión Económico – Financiera. 300 horas. Año 1.998.
- Jefe de Obra. 300 horas. Año 1.999.
- Analizar y Reducir Costes. 300 horas. Año 1.999.
- Atención al Cliente. 300 horas. Año 2.000.
- Protocolo en la Empresa. 300 horas. Año 2005.

Idiomas: Ingles:

Compresión	Alto	Hablado:	Alto
Lectura:	Alto	Escritura:	Medio

Conocimientos Informáticos.

- Programación en ensamblador. Conocimientos de c.
- Diseño Gráfico: Autocad. Experiencia en 2D.
- Presto. Presupuestos y Gestión de Proyectos. Nivel alto.
- Sistema operativo Windows.
- Microsoft Office. Word, Excel, PowerPoint, Access, Outlook.

Experiencia Profesional

1.- Desde julio de 1.998 en ACISA.

Director Comercial Área Sistemas de Información y Telecomunicaciones.
Contrato Indefinido.

Actividad desarrollada:

- Desarrollo de negocio, coordinación de comerciales y gestión de cuentas.
- Gestión de proyectos, ofertas y concursos públicos.
- Organización de eventos públicos, presentaciones, congresos, etc.
- Gestión de proveedores en el entorno de las nuevas tecnologías.

Tecnologías:

- Infraestructuras de telecomunicaciones, especialmente sistemas de cableado estructurado, redes de fibra óptica y radiocomunicaciones.
- Sistemas de conmutación LAN/WAN, routing y seguridad informática.
- Implantación de soluciones de Telefonía sobre IP y mensajería unificada.

- Redes de telecomunicaciones vía radio (analógico y digital TETRA).
- Integración de sistemas de video en redes de telecomunicaciones.
- Sistemas de seguridad electrónica (accesos, presencia, vehículos, etc.).
- Sistemas de respaldo eléctrico (Grupos electrógenos, SAIs).
- Proyecto integral de centros de cálculo y salas de proceso de datos.
- Sistemas de telecontrol de instalaciones y estaciones remotas.

2.- Desde septiembre de 1.996 hasta julio de 1.998 en CEASA

Consultor Junior.

Contrato por Obra y Servicio

Actividad desarrollada:

- Ingeniería de Tráfico, Tránsito y Seguridad Vial
- Ingeniería en Sistemas de Regulación y Salas de Control
- Ingeniería de Infraestructuras de Telecomunicaciones
- Proyectos de Alumbrado Público, CCTV, Control Accesos
- Dirección de obra y gestión de proyectos

Anexo V: Contrato tipo EXTRATEGIA.

CONTRATO DE AGENCIA

En

REUNIDOS

De una parte: _____,
en adelante "EL CLIENTE DIRECTO", entidad con domicilio, a efectos del contrato en _____
y Código de Identificación Fiscal nº _____ y en su nombre y representación D/D^a _____
como apoderado de la misma.

Y de otra: EXTRATEGIA, PROYECCIÓN DE VENTAS TIC, en adelante el "EXTRATEGIA", con domicilio social en calle Alcazarquivir, 2, 2º D de Sevilla. C.P. 41.015, y Código de Identificación Fiscal 28.496.719-H, y en su nombre y representación D. Alejandro García Martín, como apoderado de la misma.

EXPONEN

I) EL CLIENTE DIRECTO, que se dedica, entre otros, a _____,
desea utilizar, con carácter de no exclusividad, la organización de EXTRATEGIA para la promoción de dichos servicios.

II) Que EXTRATEGIA, como empresa dedicada a la proyección de ventas en empresas del sector de las TIC en Andalucía, dispone de los medios, experiencia y recursos necesarios para colaborar en la promoción de todos los servicios prestados por EL CLIENTE DIRECTO.

Ambas partes, reconociéndose mutuamente la capacidad legal necesaria al efecto, deciden celebrar el presente **Contrato de Agencia** y acuerdan que éste se regulará por los preceptos y disposiciones contenidos en la Ley 12/1992 reguladora del **Contrato de Agencia** y en particular, por las siguientes

CLÁUSULAS

PRIMERA.- OBJETO El objeto del presente **contrato** es la prestación de servicios de **agencia** por parte de EXTRATEGIA, con carácter de no exclusividad y con sujeción a los términos y condiciones expuestos a continuación.

SEGUNDA.- INDEPENDENCIA. 1. La relación contractual derivada del presente **contrato** es una relación puramente mercantil, por lo que ambas partes contratantes conservan plena e íntegramente su independencia.

2. En el ejercicio de su actividad, EXTRATEGIA actuará en todo momento independientemente, sin perjuicio de acomodar tal actividad a la legalidad vigente y a los principios de buena fe en la contratación.

3. En el cumplimiento del **contrato** EXTRATEGIA organizará de forma autónoma, y según sus propios criterios, tanto su actividad profesional como los medios materiales y humanos precisos para tal actividad, procurando adoptar las medidas oportunas para el mejor cumplimiento de sus obligaciones contractuales. Todos los gastos derivados de la actividad, tanto directos como indirectos, relacionados con locales, personal, tributos, promoción, publicidad, etc, serán de cuenta exclusiva de EXTRATEGIA, a excepción que se acuerde lo contrario.

4. EXTRATEGIA se compromete a estar al corriente de pago de sus obligaciones con entidades jurídico-públicas y a mantener informada a EL CLIENTE DIRECTO de cualquier incidencia o anomalía que pudiera existir en relación con el cumplimiento de sus obligaciones.

5. En ningún momento EXTRATEGIA realizará actuación o manifestación alguna que pueda inducir a terceros a error o confusión sobre la absoluta independencia de la que goza para el desarrollo de su actividad.

Sin embargo, la independencia orgánica y funcional de EXTRATEGIA no será obstáculo para que éste acomode su actuación de promoción de los servicios de EL CLIENTE DIRECTO a las instrucciones de la misma, en los términos establecidos en el presente **contrato**.

TERCERA.- OBLIGACIONES DE EXTRATEGIA. 1. En virtud del presente **contrato**, EXTRATEGIA se obliga a promover los servicios y productos de EL CLIENTE DIRECTO en nombre y por cuenta de éste.

2. En el ejercicio de su actividad, EXTRATEGIA deberá respetar y cumplir en todo momento las indicaciones y sugerencias de EL CLIENTE DIRECTO.

3. EXTRATEGIA (1) deberá comunicar a EL CLIENTE DIRECTO cualquier noticia o información relevante para la actividad de éste (2) deberá facilitar a EL CLIENTE DIRECTO la información que éste solicite, en las fechas que establezca, en relación con el mercado, cliente, competencia, precios y condiciones de prestación de los servicios propios y de la competencia, etc.

4. Sin perjuicio de lo establecido en la cláusula Sexta (Relaciones Internas), EXTRATEGIA deberá obtener autorización previa y expresa de EL CLIENTE DIRECTO para cualquier uso de la propiedad industrial de éste. La eventual autorización para el uso de la propiedad industrial de EL CLIENTE DIRECTO

se entenderá, en su caso, limitada al normal desarrollo del presente **contrato** y consecuentemente se extinguirá al extinguirse el **contrato**.

CUARTA. SUBCONTRATAS. EXTRATEGIA desarrollará su actividad personal y directamente, pudiendo subcontratar a otros agentes externos a los propios, sin ser necesaria la petición de autorización por parte de EL CLIENTE DIRECTO.

QUINTA.- OBLIGACIONES DE EL CLIENTE DIRECTO.

1. EL CLIENTE DIRECTO actuará en todo momento con buena fe en sus relaciones con EXTRATEGIA, proporcionando a la misma, con antelación, la información y los medios necesarios para el desarrollo de su actividad; comunicando con claridad las instrucciones y directrices a que deba ajustarse la actuación de EXTRATEGIA.

2. EL CLIENTE DIRECTO abonará a EXTRATEGIA las comisiones correspondientes en los términos pactados en el presente **contrato**.

SEXTA.- RELACIONES INTERNAS. La promoción de los servicios de EL CLIENTE DIRECTO incorporará como procedimiento interno de actuación el siguiente:

1. EXTRATEGIA presentará a sus cuentas objetivos una propuesta de prestación de servicios en nombre de EL CLIENTE DIRECTO.

2. La propuesta podrá contener los signos distintivos o logotipos de EL CLIENTE DIRECTO junto con los de EXTRATEGIA.

3. Una vez aceptada la propuesta por la cuenta objetivo, un representante de EL CLIENTE DIRECTO deberá firmar el **contrato** final de prestación de servicios con la cuenta objetivo. EL CLIENTE DIRECTO se reserva, no obstante, el derecho a renunciar a la firma de dicho **contrato**.

4. En ningún caso, EXTRATEGIA concluirá el **contrato** de prestación de servicios con el cliente.

SÉPTIMA.- RETRIBUCIÓN 1. En contraprestación por su actividad de promoción de los servicios de EL CLIENTE DIRECTO, EXTRATEGIA recibirá un canon mensual, en función de los servicios prestados y una comisión sobre las operaciones concluidas, como consecuencia de la iniciativa de EXTRATEGIA durante el período liquidado o bien un canon por contacto con decisión de compra provisto

2. La base de la comisión será el importe del precio neto, es decir, sin impuestos, facturado por EL CLIENTE DIRECTO a la cuenta objetivo, por operaciones en que hubiera mediado EXTRATEGIA, descontando de éste cualquier bien o servicio que hubiera sido utilizado para hacer posible la contratación del servicio, aunque no se reflejen en la factura.

Sobre dicha comisión se aplicarán los impuestos establecidos legalmente, que serán satisfechos por el correspondiente sujeto pasivo.

3. La comisión a percibir por EXTRATEGIA se calcula mensualmente estimándose en el 1% del total contratado.
4. EXTRATEGIA adquirirá el derecho a comisión tras el contrato entre el CLIENTE DIRECTO y la cuenta objetivo.
5. El pago de las comisiones será mensual, efectuándose el día 20 de cada mes.

OCTAVA.- DURACIÓN. El presente **contrato** tendrá una duración de _____ y entrará en vigor en el momento de su firma. EL CLIENTE DIRECTO podrá por escrito prorrogar su vigencia treinta días antes del cumplimiento de la fecha de vencimiento.

NOVENA.- RESOLUCIÓN.

1. El Contrato podrá ser extinguido por la renuncia de cualquiera de las partes, mediante comunicación previa por escrito, con antelación mínima de un mes por cada año de colaboración entre las partes, y con un máximo de seis meses.
2. No obstante lo anterior, y de conformidad con las normas generales de contratación, el incumplimiento por cualesquiera de las partes de las obligaciones contraídas legal o contractualmente, facultará a la otra parte para resolverlo de forma automática y de pleno derecho, sin necesidad de previos, bastando con la notificación fehaciente de esta resolución a la parte incumplida indicando la voluntad y la causa de extinción.

DÉCIMA.- OPERACIONES NO FINALIZADAS Las operaciones iniciadas por EXTRATEGIA antes de la resolución o extinción de este **contrato** y que concluyan en un **contrato** de prestación de servicios en un período no superior a seis meses tras la resolución del presente **contrato**, darán derecho a EXTRATEGIA a percibir la correspondiente comisión.

2. No se pagará comisión alguna EXTRATEGIA por las operaciones concluidas a partir de propuestas presentadas tras la resolución o rescisión de este **contrato**, a no ser que la contratación sea principalmente atribuible a los esfuerzos de EXTRATEGIA durante el período de vigencia del presente **contrato** y si la operación se concluyó dentro de un período razonable tras la resolución o rescisión de éste. EXTRATEGIA, antes del término o rescisión del **contrato**, deberá informar a EL CLIENTE DIRECTO por escrito, sobre todas las negociaciones pendientes que puedan dar derecho a comisión según este apartado.

DÉCIMOPRIMERA.- INDEMNIZACIÓN EN CASO DE RESCISIÓN.

1. En caso de rescisión de este **contrato**, EXTRATEGIA tendrá derecho a una indemnización en la medida en que:

a) Haya aportado clientes a EL CLIENTE DIRECTO o haya aumentado significativamente el volumen de negocio con clientes existentes, y EL CLIENTE DIRECTO continúe recabando beneficios sustanciales del trato con tales clientes y

b) el pago de esta indemnización sea justo teniendo en cuenta todas las circunstancias y, en particular, la comisión que EXTRATEGIA pierde sobre las operaciones realizadas con tales clientes.

2. El importe máximo de esta indemnización, no podrá exceder, en ningún caso, del importe medio de la contratación percibida anualmente durante los últimos cinco años, o durante el período de vigencia de este **contrato**, si éste hubiera tenido, hasta su resolución, una duración inferior.

3. EXTRATEGIA perderá el derecho a la indemnización si no la reclama por escrito dentro del año siguiente a la resolución del **contrato**.

4. EXTRATEGIA no tendrá derecho a dicha indemnización en los siguientes casos:

a) Cuando EL CLIENTE DIRECTO rescinda el presente **contrato** por causas imputables a EXTRATEGIA, entendiéndose por tales las previstas en la cláusula novena.

b) Cuando el **contrato** se rescinda o resuelva por voluntad de EXTRATEGIA, sin que medien, en dicha resolución, causas imputables a EL CLIENTE DIRECTO.

5. Queda a salvo las acciones que cualquiera de las partes tenga frente a la otra en reclamación de daños y perjuicios por incumplimiento de **contrato**, que hubiera dado lugar a la resolución anticipada del mismo.

DÉCILOSEGUNDA.- ARBITRAJE Y FUERO

1. La competencia para el conocimiento de las acciones derivadas del presente **contrato** de **Agencia** corresponderá al Juez del domicilio de EXTRATEGIA.

*2. Fuera de estos casos, y con renuncia de cualquier Fuero propio, las dos partes contratantes acuerdan someter las discrepancias y diferencias que puedan surgir con motivo de la validez, interpretación, ejecución, o extinción de este **contrato** y sus anexos, al Arbitraje de acuerdo con la Ley de Arbitraje de tres árbitros uno nombrado por cada parte y un tercero de común acuerdo. En caso de no llegar a acuerdo sobre el tercer árbitro, se designa al Decano del*

Colegio de Abogados de Sevilla para su nombramiento. Obligándose las partes, desde ahora, al cumplimiento de la decisión arbitral.

3. Para el caso de que el arbitraje no llegara a realizarse por mutuo acuerdo o fuese declarado nulo, ambas partes se someten a los Juzgados y Tribunales de la Ciudad de Sevilla, con renuncia al propio fuero, si éste fuese otro.

DÉCIMOTERCERA.- CONTENIDO ÍNTEGRO.

EL CLIENTE DIRECTO y EXTRATEGIA acuerdan que este **contrato** constituye la expresión completa y exclusiva de lo convenido entre las partes. Si cualquiera de sus cláusulas deviniera ilegal o no resultara procedente, será tenida por no puesta, sin que ello invalide o afecte en forma alguna a las restantes cláusulas, y sin perjuicio de la voluntad de las partes de subsanar las cláusulas que resultaren prohibidas o no legalmente exigibles.

Después de ratificarse el contenido del presente **contrato**, las partes firman el mismo en cada una de sus seis páginas, en papel normal, por duplicado y a un solo efecto, en el lugar y fecha expresados en su encabezamiento.

.....

Anexo VI: Encuestas empresas asociadas ETICOM.

1.- ¿Qué porcentaje de su facturación dedica al departamento comercial?

Menos del 10%

2.- ¿Utiliza empresas externas para comercializar sus productos?

No

3.- En caso afirmativo, ¿qué tipo de servicios utiliza? ¿en que porcentaje frente a sus recursos propios?

4.- En caso negativo, ¿Consideraría como alternativa para incrementar su facturación, la contratación de una empresa externa especializada en ventas TIC?

Si

5.- En caso afirmativo, ¿en que porcentaje frente a sus recursos propios?

Menor al 20%

6.- En caso negativo, ¿Por qué motivo?

7.- Datos de Contacto

Empresa: ComNET Consultores Tecnológicos, S.L.

Persona de Contacto: Ignacio Pérez Benito

Cargo / Responsabilidad:

Dirección: Complejo Blanco White, Ctro. De Iniciativas Empresariales, Pab.3, Mod.7, ctra Isla Menor S/N Bellavista. Sevilla

Telefono y Fax: 954554067

E-mail: grafico@comnetonline.net

1.- ¿Qué porcentaje de su facturación dedica al departamento comercial?

Menos del 10%

2.- ¿Utiliza empresas externas para comercializar sus productos?

No

3.- En caso afirmativo,

4.- En caso negativo, ¿Consideraría como alternativa para incrementar su facturación, la contratación de una empresa externa especializada en ventas TIC?

Si

5.- En caso afirmativo, ¿en que porcentaje frente a sus recursos propios?

Menor al 20%

6.- En caso negativo, ¿Por qué motivo?

Por política de empresa

Por desconfianza

7.- Datos de Contacto

Empresa:	AVANZA, NEGOCIOS Y TECNOLOGIA
Persona de Contacto:	Pedro Medrano
Cargo / Responsabilidad:	Socio Director (Resp. Comercial)
Dirección:	Avda. Averroes, 8 Edif.Acrópolis, Mod.201
Telefono y Fax:	955-047305 / 955-047306
E-mail:	pedro.medrano@avanza-nyt.com

1.- ¿Qué porcentaje de su facturación dedica al departamento comercial?

Menos del 10%

2.- ¿Utiliza empresas externas para comercializar sus productos?

Si

3.- En caso afirmativo, ¿qué tipo de servicios utiliza?

Agencias de Publicidad y Comunicación

¿en que porcentaje frente a sus recursos propios?

Mayor al 20%

4.- En caso negativo, ¿Consideraría como alternativa para incrementar su facturación, la contratación de una empresa externa especializada en ventas TIC?

No

5.- En caso afirmativo, ¿en que porcentaje frente a sus recursos propios?

Menor al 20%

Mayor al 20%

6.- En caso negativo, ¿Por qué motivo?

Por política de empresa

Porque no lo cree necesario para incrementar sus ventas

7.- Datos de Contacto

Empresa:	CALERO INFORMATICA, S.L.
Persona de Contacto:	EUGENIO CALERO
Cargo / Responsabilidad:	DIRECTOR GERENTE
Dirección:	C/ RIO BETIS, 2
Telefono y Fax:	953 515083

1.- ¿Qué porcentaje de su facturación dedica al departamento comercial?

Menos del 10%

2.- ¿Utiliza empresas externas para comercializar sus productos?

No

3.- En caso afirmativo, ¿qué tipo de servicios utiliza?

Telemarketing

Agencias de Publicidad y Comunicación

Externalización de fuerzas de ventas

¿en que porcentaje frente a sus recursos propios?

Menor al 20%

Mayor al 20%

4.- En caso negativo, ¿Consideraría como alternativa para incrementar su facturación, la contratación de una empresa externa especializada en ventas TIC?

Si

5.- En caso afirmativo, ¿en que porcentaje frente a sus recursos propios?

Mayor al 20%

6.- En caso negativo, ¿Por qué motivo?

Por política de empresa

Por desconfianza

Porque no lo cree necesario para incrementar sus ventas

7.- Datos de Contacto

Empresa: tecnium master cadena

Persona de Contacto: jose luis romero

Cargo / Responsabilidad:

Dirección: adelfa 2 local r 18006 granada

Telefono y Fax: 902 88 6868 fax 958125719

E-mail: jromero@tecnium.info

1.- ¿Qué porcentaje de su facturación dedica al departamento comercial?

Entre el 10% y el 20%

2.- ¿Utiliza empresas externas para comercializar sus productos?

No

3.- En caso afirmativo, ¿qué tipo de servicios utiliza? ¿en que porcentaje frente a sus recursos propios?

4.- En caso negativo, ¿Consideraría como alternativa para incrementar su facturación, la contratación de una empresa externa especializada en ventas TIC?

Si

5.- En caso afirmativo, ¿en que porcentaje frente a sus recursos propios?

Mayor al 20%

6.- En caso negativo, ¿Por qué motivo?

Por política de empresa

Por desconfianza

Porque no lo cree necesario para incrementar sus ventas

7.- Datos de Contacto

Empresa:	A.I.T.C. S.C.A.
Persona de Contacto:	Juan Francisco Jiménez Pascual
Cargo / Responsabilidad:	Director de Marketing
Dirección:	Martin Machuca 5 3º izq 11160 Barbate - Cádiz
Telefono y Fax:	956454174-956431393
E- mail:	jfjimenez@andaluciatotal.com>

1.- ¿Qué porcentaje de su facturación dedica al departamento comercial?

Menos del 10%

2.- ¿Utiliza empresas externas para comercializar sus productos?

No

3.- En caso afirmativo, ¿qué tipo de servicios utiliza? ¿en que porcentaje frente a sus recursos propios?

4.- En caso negativo, ¿Consideraría como alternativa para incrementar su facturación, la contratación de una empresa externa especializada en ventas TIC?

Si Ojala

5.- En caso afirmativo, ¿en que porcentaje frente a sus recursos propios?

Lógicamente depende de múltiples factores

6.- En caso negativo, ¿Por qué motivo?

7.- Datos de Contacto

Empresa:	OFIMATICA JAEN
Persona de Contacto:	Pedro Cruz
Cargo / Responsabilidad:	Director
Dirección:	Ortega Nieto 20 23009-JAEN
Telefono y Fax:	902-250144
E-mail:	pcruz@ofi.es

1.- ¿Qué porcentaje de su facturación dedica al departamento comercial?

Entre el 10% y el 20%

2.- ¿Utiliza empresas externas para comercializar sus productos?

No

3.- En caso afirmativo, ¿qué tipo de servicios utiliza? ¿en que porcentaje frente a sus recursos propios?

4.- En caso negativo, ¿Consideraría como alternativa para incrementar su facturación, la contratación de una empresa externa especializada en ventas TIC?

Si ??

5.- En caso afirmativo, ¿en que porcentaje frente a sus recursos propios?

??

6.- En caso negativo, ¿Por qué motivo?

7.- Datos de Contacto

Empresa:	INFORVIP, S.A.
Persona de Contacto:	MARIANO DÍAZ GUZMÁN
Cargo / Responsabilidad:	DIRECTOR
Dirección:	MARTÍNEZ DE LA ROSA, 157 29010-MÁLAGA
Telefono y Fax:	952.28.0995 / FAX 952.28.5496
E-mail:	inforvip@inforvip.es

1.- ¿Qué porcentaje de su facturación dedica al departamento comercial?

Menos del 10%

2.- ¿Utiliza empresas externas para comercializar sus productos?

No

3.- En caso afirmativo, ¿qué tipo de servicios utiliza? ¿en que porcentaje frente a sus recursos propios?

4.- En caso negativo, ¿Consideraría como alternativa para incrementar su facturación, la contratación de una empresa externa especializada en ventas TIC?

Si

5.- En caso afirmativo, ¿en que porcentaje frente a sus recursos propios?

6.- En caso negativo, ¿Por qué motivo?

7.- Datos de Contacto

Empresa:	ZELESTA SISTEMAS INFORMATICOS S.L.
Persona de Contacto:	Fernando Gómez Casado
Cargo / Responsabilidad:	GERENTE
Dirección:	AV MONTESIERRA 36 1º
Telefono y Fax:	954517524 / 954252167
E-mail:	fgomez@zelesta.com

1.- ¿Qué porcentaje de su facturación dedica al departamento comercial?

Menos del 10%

2.- ¿Utiliza empresas externas para comercializar sus productos?

No

3.- En caso afirmativo, ¿qué tipo de servicios utiliza?, ¿en que porcentaje frente a sus recursos propios?

4.- En caso negativo, ¿Consideraría como alternativa para incrementar su facturación, la contratación de una empresa externa especializada en ventas TIC?

Si

5.- En caso afirmativo, ¿en que porcentaje frente a sus recursos propios?

Mayor al 20%

6.- En caso negativo, ¿Por qué motivo?

7.- Datos de Contacto

Empresa:	SEHUTEL, S.L.
Persona de Contacto:	RAFAEL CRUZ
Cargo / Responsabilidad:	DIRECTOR TECNICO
Dirección:	PLGNO. IND. STORE C/NUEVA 38
Telefono y Fax:	902151599
E-mail:	rcruz@sehutel.es

1.- ¿Qué porcentaje de su facturación dedica al departamento comercial?

Menos del 10%

2.- ¿Utiliza empresas externas para comercializar sus productos?

No

3.- En caso afirmativo, ¿qué tipo de servicios utiliza? ¿en que porcentaje frente a sus recursos propios?

4.- En caso negativo, ¿Consideraría como alternativa para incrementar su facturación, la contratación de una empresa externa especializada en ventas TIC?

Si

5.- En caso afirmativo, ¿en que porcentaje frente a sus recursos propios?

Menor al 20%

6.- En caso negativo, ¿Por qué motivo?

7.- Datos de Contacto

Empresa:	COYNET SYSTEMS
Persona de Contacto:	JESUS ORTIGUEIRA
Cargo / Responsabilidad:	GERENTE
Dirección:	C/HORNOS, 2 NAVE 1 POL.IND LA ISLA
Telefono y Fax:	902170471
E-mail:	jesus@coynet.es

1.- ¿Qué porcentaje de su facturación dedica al departamento comercial?

Menos del 10%

2.- ¿Utiliza empresas externas para comercializar sus productos?

No

3.- En caso afirmativo, ¿qué tipo de servicios utiliza? ¿en que porcentaje frente a sus recursos propios?

4.- En caso negativo, ¿Consideraría como alternativa para incrementar su facturación, la contratación de una empresa externa especializada en ventas TIC?

Si

5.- En caso afirmativo, ¿en que porcentaje frente a sus recursos propios?

Menor al 20%

6.- En caso negativo, ¿Por qué motivo?

7.- Datos de Contacto

Empresa:	SINFORED
Persona de Contacto:	Manuel Canalo Mena
Cargo / Responsabilidad:	Director
Dirección:	C/ Manufactura 4 Eidf. Logos I Modulo 3
Telefono y Fax:	955602112
E-mail:	mcanalo@sinfored.es

1.- ¿Qué porcentaje de su facturación dedica al departamento comercial?

Entre el 10% y el 20%

2.- ¿Utiliza empresas externas para comercializar sus productos?

Si

3.- En caso afirmativo, ¿qué tipo de servicios utiliza?

¿en que porcentaje frente a sus recursos propios?

4.- En caso negativo, ¿Consideraría como alternativa para incrementar su facturación, la contratación de una empresa externa especializada en ventas TIC?

Si

5.- En caso afirmativo, ¿en que porcentaje frente a sus recursos propios?

Menor al 20%

6.- En caso negativo, ¿Por qué motivo?

7.- Datos de Contacto

Empresa:	Intersuma Asociados, SLL.
Persona de Contacto:	José María Sancho Jáimez
Cargo / Responsabilidad:	Gerente
Dirección:	Urb. Pque. Del Genil – C/ Prof. Agustín Escribano, Edf. Diamante, loc. 14 – 18004 Granada
Telefono y Fax:	902.885.865
E-mail:	info@intersuma.com

1.- ¿Qué porcentaje de su facturación dedica al departamento comercial?

Entre el 10% y el 20%

2.- ¿Utiliza empresas externas para comercializar sus productos?

No

3.- En caso afirmativo, ¿qué tipo de servicios utiliza? ¿en que porcentaje frente a sus recursos propios?

4.- En caso negativo, ¿Consideraría como alternativa para incrementar su facturación, la contratación de una empresa externa especializada en ventas TIC?

Si

5.- En caso afirmativo, ¿en que porcentaje frente a sus recursos propios?

Menor al 20%

6.- En caso negativo, ¿Por qué motivo?

7.- Datos de Contacto

Empresa:	SAGA CONSULTING S.L.
Persona de Contacto:	TAMARI SANCHEZ GOMEZ
Cargo / Responsabilidad:	GERENTE
Dirección:	COMPLEJO BLANCO WHITE, PAB 4 MOD 12 41014. SEVILLA
Telefono y Fax:	687543160- 954554078
E-mail:	tamari.sanchez@saga-consulting.net

1.- ¿Qué porcentaje de su facturación dedica al departamento comercial?

-> Entre el 10% y el 20%

2.- ¿Utiliza empresas externas para comercializar sus productos?

-> Si

3.- En caso afirmativo, ¿qué tipo de servicios utiliza?

-> Agencias de Publicidad y Comunicación

-> Externalización de fuerzas de ventas

¿en que porcentaje frente a sus recursos propios?

-> Mayor al 20%

4.- En caso negativo, ¿Consideraría como alternativa para incrementar su facturación, la contratación de una empresa externa especializada en ventas TIC?

5.- En caso afirmativo, ¿en que porcentaje frente a sus recursos propios?

6.- En caso negativo, ¿Por qué motivo?

7.- Datos de Contacto

Empresa:	BRANTOR Consultores
Persona de Contacto:	Rodolfo Tiessler
Cargo / Responsabilidad:	Socio / Administrador
Dirección:	Juan Lopez Peñalver, 21
Telefono y Fax:	95 10 10 544 y 95 10 10 588
E-mail:	el mismo

1.- ¿Qué porcentaje de su facturación dedica al departamento comercial?

Entre el 10% y el 20%

2.- ¿Utiliza empresas externas para comercializar sus productos?

No

3.- En caso afirmativo, ¿qué tipo de servicios utiliza? ¿en que porcentaje frente a sus recursos propios?

4.- En caso negativo, ¿Consideraría como alternativa para incrementar su facturación, la contratación de una empresa externa especializada en ventas TIC?

Si

5.- En caso afirmativo, ¿en que porcentaje frente a sus recursos propios?

Menor al 20%

6.- En caso negativo, ¿Por qué motivo?

7.- Datos de Contacto

Empresa:	Softcom informática, s.l.
Persona de Contacto:	Antonio Gil
Cargo / Responsabilidad:	Director de proyectos
Dirección:	c/Manufactura, 8 1ª 8
Telefono y Fax:	955087000 y 955087116
E-mail:	antonio@softcom.es

1.- ¿Qué porcentaje de su facturación dedica al departamento comercial?

Menos del 10%

2.- ¿Utiliza empresas externas para comercializar sus productos?

No

3.- En caso afirmativo, ¿qué tipo de servicios utiliza? ¿en que porcentaje frente a sus recursos propios?

4.- En caso negativo, ¿Consideraría como alternativa para incrementar su facturación, la contratación de una empresa externa especializada en ventas TIC?

No

5.- En caso afirmativo, ¿en que porcentaje frente a sus recursos propios?

6.- En caso negativo, ¿Por qué motivo?

Porque no lo cree necesario para incrementar sus ventas

7.- Datos de Contacto

Empresa:	3D LUXE
Persona de Contacto:	KEILA LEDEZMA
Cargo / Responsabilidad:	ASESORA
Dirección:	CALLE LA FUENTE 5-7
Telefono y Fax:	959262153
E-mail:	oficina@3dluxe.com

1.- ¿Qué porcentaje de su facturación dedica al departamento comercial?

Mas del 20%

2.- ¿Utiliza empresas externas para comercializar sus productos?

No

3.- En caso afirmativo, ¿qué tipo de servicios utiliza? ¿en que porcentaje frente a sus recursos propios?

4.- En caso negativo, ¿Consideraría como alternativa para incrementar su facturación, la contratación de una empresa externa especializada en ventas TIC?

Si

5.- En caso afirmativo, ¿en que porcentaje frente a sus recursos propios?

Menor al 20%

6.- En caso negativo, ¿Por qué motivo?

7.- Datos de Contacto

Empresa:	Gabinete Asesoramiento Ofimático S.A.L.
Persona de Contacto:	
Cargo / Responsabilidad:	Gerente/ Responsable Comercial
Dirección:	C/ Vázquez Aroca, 1 Local
Telefono y Fax:	957 234 400 fax: 957 411 408
E-mail:	gao@mecorsa.com

1.- ¿Qué porcentaje de su facturación dedica al departamento comercial?

Menos del 20%

2.- ¿Utiliza empresas externas para comercializar sus productos?

No

3.- En caso afirmativo, ¿qué tipo de servicios utiliza? ¿en que porcentaje frente a sus recursos propios?

4.- En caso negativo, ¿Consideraría como alternativa para incrementar su facturación, la contratación de una empresa externa especializada en ventas TIC?

Si

5.- En caso afirmativo, ¿en que porcentaje frente a sus recursos propios?

Menor al 20%

6.- En caso negativo, ¿Por qué motivo?

7.- Datos de Contacto

Empresa:	Soluciones Globales de Internet (SGI)
Persona de Contacto:	Carlos Ufano
Cargo / Responsabilidad:	Director de Producción
Dirección:	Isla de la Cartuja
Telefono y Fax:	954088060 fax:
E-mail:	cufano@sgi.es

1.- ¿Qué porcentaje de su facturación dedica al departamento comercial?

Entre el 10% y el 20%

2.- ¿Utiliza empresas externas para comercializar sus productos?

No

3.- En caso afirmativo, ¿qué tipo de servicios utiliza? ¿en que porcentaje frente a sus recursos propios?

4.- En caso negativo, ¿Consideraría como alternativa para incrementar su facturación, la contratación de una empresa externa especializada en ventas TIC?

Si

5.- En caso afirmativo, ¿en que porcentaje frente a sus recursos propios?

Menor al 20%

6.- En caso negativo, ¿Por qué motivo?

7.- Datos de Contacto

Empresa:	SIMI Soluciones
Persona de Contacto:	Víctor Martín Sánchez
Cargo / Responsabilidad:	Socio / Director Comercial
Dirección:	Escuela de Empresas "El Cádiz" San José de la Rinconada. Sevilla
Telefono y Fax:	
E-mail:	victor.martin@simisoluciones.com