

# Cámara

## Córdoba

Revista informativa de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba



**Nuevas tecnologías  
para mejorar la  
competitividad de  
las empresas**

**Abriendo mercados con  
misiones comerciales**

nº 01 // Marzo-Abril 2012

**Nuevos tiempos,  
nuevas oportunidades**

**MARIANO  
AGUAYO  
ABOGADOS**

*desde 1992  
aportando  
soluciones*

957 486 446



General Yagüe 20, 3ªA | Av. Brillante 38  
28020 Madrid | 14012 Córdoba

[m.aguayo@marianoaguayo.com](mailto:m.aguayo@marianoaguayo.com)

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

## Sumario

3-6

### OPINIÓN

*Editorial*

*Firma invitada: Diego Moreno*

*El experto opina: Lucio A. Muñoz y Alfredo Ruiz*

7-8

### INSTITUCIONAL

*Cámara y Ayuntamiento de Hinojosa del Duque renuevan el convenio de la antena*

*La Cámara impulsa la inserción laboral gracias al SIAP en colaboración con Supermercados Deza*

*Expertos del mundo online asesoran a las pymes en una jornada en la Cámara*

9

### COMERCIO

*Aprobada la refundición de las leyes reguladoras de la actividad comercial en Andalucía*

10-11

### CERTIFICADOS DIGITALES

*Nuevas Tecnologías para mejorar la competitividad de las empresas*

12-13

### ENTREVISTA

*Entrevista al gerente de Laboratorios Econatur, Juan Nieto*

14-16

### INTERNACIONALIZACIÓN

*Abriendo mercados*

*Diccionario para la exportación*

*El proyecto de internacionalización*

17

### PATRIMONIO

*La sede de la Cámara, edificio emblemático*

18

### DESARROLLO EMPRESARIAL

*Microcréditos para emprendedoras y empresarias*

*Al día en los incentivos públicos empresariales*

19

### LA CÁMARA RESPONDE

*Respuestas a consultas de los empresarios*



“Los hombres no viven juntos porque sí, sino para acometer juntos grandes empresas”

José Ortega y Gasset  
(filósofo)



## Editorial { **Cámara** Córdoba

**D**esde la Cámara de Comercio de Córdoba siempre hemos apostado por la incorporación de las nuevas tecnologías en el ámbito empresarial, ha sido uno de nuestros objetivos principales para mejorar la competitividad de las empresas. Es por ello que desde hace tiempo apostamos por la certificación digital y por programas como Innocámaras y Feria del Conocimiento, así como la celebración de jornadas y seminarios sobre temas tan actuales como el posicionamiento de las empresas en las redes sociales, el marketing on line o la facturación electrónica.

El desarrollo del comercio electrónico en los últimos tiempos ha dado lugar a la necesidad de implantar medios seguros de comunicación. Es por ello que CAMERFIRMA, como autoridad de Certificación, y las Cámaras de Comercio, en su afán por integrar las nuevas tecnologías como elemento imprescindible en el día a día de las pymes, han tenido como uno de sus objetivos primordiales emitir certificados válidos para mejorar la comunicación entre las empresas y con los organismos oficiales. El comercio electrónico aporta numerosas ventajas, ya que permite realizar trámites telemáticos de forma segura y ahorra tiempo y dinero.

Disponéis de una Cámara moderna y al día en las TIC, que os ayuda a tener unas empresas más innovadoras y más productivas. Desde la Cámara apoyamos a las empresas que saben que hay otras formas nuevas de trabajar y de hacer negocio, que saben que Internet y las nuevas tecnologías son una herramienta eficaz al alcance de todos para crecer y ser más eficientes.

Síguenos en:



# Satisfacción, transparencia, salud y calidad



**Diego Moreno Mialdea**  
Director Sucursal Córdoba DKV Seguros

Estos son algunos de los objetivos prioritarios para DKV Seguros y para lograrlos, cuenta desde el pasado mes de octubre con una nueva sucursal en Córdoba, con la que amplía la red comercial de esta provincia en que la compañía cuenta con más de 25.000 asegurados y un volumen de primas de 4.700.000 €

La compañía está presente en la provincia desde 1990 y cuenta con un cuadro médico de más de 600 profesionales. Y DKV Seguros está apostando fuerte por reforzar su negocio en Andalucía donde tiene más de 300.000 clientes, un volumen en primas de 24 millones de euros y 9 sucursales repartidas por toda la geografía andaluza, con una plantilla de 52 empleados.

El Grupo DKV ascendió a la cuarta posición del ranking de grupos aseguradores de Asistencia Sanitaria, según el último informe estadístico de la patronal del sector ICEA, correspondiente a los tres primeros trimestres de 2011. La cuota de mercado del Grupo DKV se situó en el 6,99% y el volumen de primas de DKV Seguros alcanzó los 625 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 3% (6,3% en Salud) respecto al año anterior. La compañía esquivó la crisis y siguió creciendo y mejorando su resultado pese a sufrir una ligera pérdida de clientes, del 1% (28.143). Una tendencia que no se dio en el ramo de Salud, que ganó 13.000 asegurados.

Estos son solo algunos datos que evidencian la buena

marcha económica de la compañía, pero además de las frías cifras, DKV Seguros destaca en otros aspectos más subjetivos, pero no menos importantes.

Durante 2011, DKV es la aseguradora mejor valorada por clientes, empleados, médicos y mediadores. Según el estudio de Reputación Corporativa Multistakeholder RepTrak, los clientes de DKV Seguros la consideran la empresa con mayor atractivo emocional entre las aseguradoras analizadas y se muestran dispuestos a recomendarla a familiares y conocidos

Asimismo, DKV revalidó la 3ª posición en el prestigioso ranking Best Workplace 2011 de España en la categoría de organizaciones entre 500 y 1.000 empleados según la lista que realiza anualmente la consultora Great Place to Work®.

Para nosotros la responsabilidad social es una forma de hacer empresa, es una manera de entender el negocio y que afecta a toda la organización.

DKV es una de las empresas españolas más activas en la integración de la discapacidad, de hecho han creado una de las fundaciones que más labor ha desarrollado en esta materia: la Fundación DKV Integralia. Desde hace doce años, gestiona varios centros especiales de empleo, uno de ellos el Jérez de la Frontera, y se desarrollan políticas de gestión de la integración de la discapacidad para otras empresas.

En DKV Seguros nos interesamos por las personas y tratamos de responder a sus necesidades. Sabemos que los autónomos y las Pymes se están viendo especialmente afectados por la crisis, por ello hemos lanzado un producto de salud específicos para Pymes. En este sentido, también hemos puesto en marcha herramientas y productos para facilitar la relación con proveedores y clientes.

Una de ellas es el Centro Autorizador Propio (CAP), una web a través de la cual los proveedores sanitarios de su cuadro médico podrán realizar gestiones y agilizar su relación con la compañía.

Con este nuevo portal, [www.dkvseguros.com](http://www.dkvseguros.com), además de agilizarse los trámites de los profesionales sanitarios y reducirse los costes, se mejora la transparencia, ya que éstos pueden realizar consultas y automatizar algunos actos, lo que lo

convierte en una herramienta única en el sector asegurador. Los clientes se benefician de un servicio que les permitirá reducir la burocracia y las visitas a las oficinas de la compañía.

DKV Seguros desarrolla nuevas iniciativas para ofrecer el mejor servicio a sus clientes: está potenciando el Programa Vive la Salud, y aumentando las coberturas y técnicas orientadas a la prevención. También se sumarán servicios de salud complementarios, gratuitos o a precios ventajosos para contribuir a mejorar la calidad de vida de los clientes. Es el caso de la nueva Línea Médica Deportiva, en la que un especialista en medicina deportiva asesorará sobre la prevención de lesiones, la adecuación del ejercicio en la práctica deportiva y de aquellas patologías que incluyen el ejercicio físico como parte del tratamiento prescrito por un médico.



También se pondrá en marcha un servicio de información telefónica sobre las condiciones y formas de acceso a ayudas para la asistencia familiar y atención a la dependencia en centros concertados. Este servicio incluye personal social a domicilio, residencias geriátricas y centros de día, dispositivos telefónicos conectados a una central de alarmas para casos de emergencia y servicio de adaptación del hogar a una situación de movilidad reducida.

Estas son sólo algunas de las novedades que DKV Seguros pondrá en marcha este año con el fin de ofrecer un servicio que supere las expectativas del cliente, y presentarse como la mejor compañía para los que se corresponsabilizan de la salud de las personas.

# Recortes, reformas y ¿crecimiento?



**Lucio A. Muñoz**  
Socio Director de Eurogroup Human Resources

En septiembre de 2011, Gary Garfield, CEO de Bridgestone Americas, filial en el continente americano de la multinacional japonesa Bridgestone, presentó un proyecto estratégico que será desarrollado durante cuatro años, hasta el 2015, en Carolina del Sur.

El mismo consiste en la reestructuración de una antigua fábrica de neumáticos para autos y en la construcción de una nueva planta destinada a producir ruedas para maquinaria pesada.

La citada compañía, líder mundial en el segmento de neumáticos radiales off – road, ha cifrado el coste de la referida inversión en 1.200 millones de dólares y el número de puestos de trabajo que se crearán en torno a la misma en 850.

Existiendo países portadores de mano de obra barata y otros emergentes, ¿Por qué ha elegido Bridgestone a USA para realizar una inversión de semejante calibre?

Aunque los aumentos salariales en USA han sido escasos en los últimos años, los costes, en términos de salario y, en consecuencia, laborales siguen siendo altos.

Pero Bridgestone es consciente tanto de la gran productividad de los trabajadores nortea-

americanos como de las prácticas laborales flexibles propias del mercado de trabajo de EE.UU.

Estados Unidos también presenta problemas de endeudamiento, aunque su gasto público por unidad de PIB es la mitad que el de la U.E.

No obstante, la auténtica ventaja diferenciadora de USA reside en que las medidas de competitividad que se activan en este país se enfocan en el sector privado, favoreciendo a las empresas, al contrario de lo que sucede, por ejemplo, en España.

La economía estadounidense, aún encontrándose actualmente en proceso de recuperación y, por tanto, creciendo mínimamente, sigue siendo competitiva.

¿Hubiera invertido Bridgestone en alguna de las quebradas Comunidades Autónomas españolas?

En nuestro país, desde el año 2008, han fallecido cerca de 200.000 empresas, en su mayoría pymes. ¿España es empresarialmente atractiva para invertir? ¿Somos un país deslocalizador de empresas?

La rebaja en la calificación crediticia de algunos estados europeos por parte de S&P ha obedecido, entre otras razones, a que no existe un definido modelo de crecimiento competitivo que posibilite a las economías de la eurozona avanzar.

En España necesitamos una estrategia de crecimiento que acompañe, de manera coordinada, a las reformas, (Laboral, sistema financiero y consolidación fiscal), ajustes, medidas de austeridad, etc., y permita a nuestra economía enfrentarse con éxito a su crónica escasez de competitividad y a su déficit estructural.

El FMI ha revisado sus expectativas económicas para España; El PIB caerá un 1,7% en 2012, (Más del 3% si se incluye el impacto del ajuste fiscal), el déficit al cierre de este año será del 6,8 % y la recesión se prolongará hasta 2013. (Recordemos que en España el

empleo cae más que el PIB).

Igualmente, ha recomendado a la eurozona no aplicar políticas fiscales excesivamente restrictivas al objeto de no potenciar la recesión. Evidentemente, los mercados están preocupados por los efectos negativos que puedan acarrear estos ajustes tan drásticos y sin visión a largo plazo.

Para rematar la faena, la crisis de Irán puede provocar una subida del barril de petróleo y el consiguiente aumento de la inflación.

Ante tan dantesco panorama, ¿Qué patrón de crecimiento adoptamos? El sector de la construcción sigue en la UCI. ¿Modelo sol y playa?

Comencemos por minimizar la presencia del Estado en nuestra economía, flexibilizar el marco laboral, el regulatorio, el burocrático, etc., impulsar la unidad de mercado y la seguridad jurídica, acabar con la improductiva y despilfarradora cultura de la subvención, recuperar la calidad institucional, erradicar la corrupción política, etc. En definitiva, es vital inyectar el virus emprendedor en la sociedad española y apoyar a las empresas.

¿Queremos ser un país de emprendedores o de desempleados? Sin empresas, España está abocada a la pobreza.



# La mediación, una alternativa de **menor coste** que los **procesos judiciales** y al arbitraje



Alfredo Ruiz Sánchez

Mediador y gerente de ArsMediatio, servicio profesional de mediación y traducción.

[www.ArsMediatio.com](http://www.ArsMediatio.com) | [info@arsmediatio.com](mailto:info@arsmediatio.com)

El pasado mes de marzo de 2012 el gobierno central aprobó el **Real Decreto Ley 5/2012 que regula la mediación en asuntos civiles y mercantiles**. Este Real Decreto responde al mandato de una directiva europea (la **Directiva 2008-52-CE del Parlamento Europeo y del Consejo**) que establece la necesidad de uniformizar el uso de la mediación entre dos o más partes pertenecientes a diferentes estados miembros. Su finalidad es establecer la mediación para resolver disputas entre empresas de diferentes nacionalidades dentro de la Unión Europea. Pero además de trasponer la directiva, el gobierno ha introducido como novedad la **implicación de las Cámaras de Comercio** a la hora de gestionar la mediación, la mercantil principalmente. Este hecho, pues, va a permitir que las empresas se beneficien de este procedimiento tanto dentro como fuera de nuestras fronteras.

Pero, ¿qué es la mediación y en qué consiste? La mediación es un procedimiento novedoso en España, aunque no tanto en Estados Unidos y en Europa. La mediación permite que dos

o más partes en conflicto puedan **solucionar sus diferencias de forma dialogada**, llegando a un acuerdo satisfactorio para todas ellas, con el apoyo de una tercera persona, el mediador o mediadora, cuya tarea es dirigir el proceso pero sin capacidad de incidir en su resultado final. En este sentido, esta es una de las principales **diferencias respecto al arbitraje**, donde el árbitro dicta un laudo de obligado cumplimiento, **y por supuesto, respecto al proceso judicial**.

Además, la mediación tiene otras características que la hacen más conveniente que el arbitraje o ir a juicio. Por ejemplo, **un coste económico menor** que el del arbitraje y por supuesto, mucho menor que el de un proceso judicial. Además, el coste total de la mediación se divide, por ley, entre las partes enfrentadas. Por otro lado, en cuanto a su duración, **la mediación no suele ir más allá de los tres meses**, bastando entre tres y cuatro sesiones de una hora cada una para llegar a un acuerdo. Por lo general, **el acuerdo acaba siendo satisfactorio para todas las partes**, ya que todas ganan, a diferencia del laudo o de la sentencia judicial en los que solo una de ellas gana y nunca completamente. Por último, el proceso de mediación **es confidencial y totalmente voluntario**. Las partes solo deben aportar la información que crean estrictamente necesaria para resolver el conflicto, pudiendo salvaguardar su imagen pública. Por otra parte, la voluntariedad permite que las partes acudan con una actitud positiva, sabiendo que pueden abandonar el proceso en cualquier momento. Esto ayuda a conseguir un ambiente sin tensiones que va a permitir llegar al mejor acuerdo posible. Además, la buena predisposición al acuerdo permite un muy **alto porcentaje de cumplimiento** ya que

son las partes implicadas las que lo han ideado y diseñado, con el apoyo de la persona mediadora.

En el caso de una gran empresa, supone un **ahorro importante de costes en sus balances generales** e incluso **afianzar unas relaciones comerciales** que pueden ser vitales para su actividad. En el caso de una pequeña o mediana empresa, no solo supone un ahorro importante de costes sino que la gestión del conflicto no le va a suponer un gran **desgaste emocional y personal**. Muchas son empresas familiares por lo que no solo es necesario salvaguardar las relaciones comerciales sino también las personales y familiares, fundamentales para el buen devenir de la empresa.

**La mediación es un recurso polivalente** dotado de recursos para dar solución a conflictos tanto en la empresa, como en las relaciones familiares e intergeneracionales, en las relaciones comunitarias, en el ámbito sanitario, en cuestiones medioambientales, etc. La mediación supone **hacer del conflicto una oportunidad** para adaptarse a los cambios y para reforzar y afianzar relaciones personales y comerciales. Así pues, **representa una alternativa clara al arbitraje y al procedimiento judicial**, ya que es mucho menos costoso en términos económicos, de tiempo y también en desgaste personal y emocional, además de conseguir acuerdos satisfactorios para todas las partes implicadas.

El nuevo Decreto Ley, que deberá ser convalidado como ley en el parlamento, va a permitir la **aparición de servicios de mediación** como el que en breve ofrecerá la **Cámara de Comercio e Industria de Córdoba**, o como el que actualmente ofrece **ArsMediatio**, el primer servicio profesional de mediación de Córdoba y provincia, y el único en ofrecer a las empresas un **servicio conjunto de mediación, traducción y asesoramiento legal y de gestión de conflictos**.

En definitiva, la mediación ha de **convertirse en breve en un recurso importante para la resolución de conflictos** no solo a nivel civil sino también en el ámbito de la empresa, siendo un **elemento clave para las relaciones económicas y comerciales**, de muy bajo coste económico, temporal, empresarial y personal.



## Cámara y Ayuntamiento de Hinojosa del Duque renuevan el convenio de la antena

RENOVACIÓN ANTENA HINOJOSA



ESTE ACUERDO ESTÁ VIGENTE DESDE 2004 EN EL MARCO DEL PROGRAMA ANTENAS. GRACIAS A ÉL SE ACERCAN LOS SERVICIOS CAMERALES AL NORTE DE LA PROVINCIA

La Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba y el Ayuntamiento de Hinojosa del Duque suscribieron el pasado 13 de marzo la renovación del convenio de colaboración que existe entre ambas instituciones desde octubre del 2004. Este acuerdo permite, al amparo del Programa Antenas, cofinanciado por el Fondo Social Europeo, la Cámara de Córdoba y el Ayuntamiento de Hinojosa del Duque, que la antena local del municipio siga acercando los servicios de la entidad cameral a las empresas del norte de la provincia como

pueden ser la información y el asesoramiento sobre internacionalización, innovación, creación de empresas o formación.

En la firma participaron el presidente de la Cámara, Ignacio Fernández de Mesa, y el alcalde de Hinojosa del Duque, José Fernández. También estuvieron presentes en el acto el presidente de la Asociación de empresarios de Hinojosa (Hinoade), Agustín Velasco, la secretaria general de la Cámara, Carmen Gago, y el responsable de la antena cameral de Hinojosa, José Luis Muñoz.

## Cámara y DKV Seguros firman un protocolo de colaboración

LAS EMPRESAS ADSCRITAS A LA CÁMARA TENDRÁN CONDICIONES VENTAJOSAS PARA LA CONTRATACIÓN DE SEGUROS

La Cámara de Comercio de Córdoba y DKV han firmado un protocolo de colaboración para dar respuesta a las necesidades de las empresas adscritas en materia de seguros.

El convenio, que ha sido suscrito por el presidente de la Cámara de Comercio, Ignacio Fernández de Mesa, y el director provincial de DKV Seguros en Córdoba, Diego Moreno, tiene

como objetivo que las empresas adscritas a la entidad cameral tengan condiciones especiales en la contratación de los productos de DKV.



CONVENIO DKV



PRESENTACIÓN CURSO ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA CÁMARA

## La Cámara impulsa la inserción laboral gracias al SIAP en colaboración con Supermercados Deza

FERNÁNDEZ DE MESA Y ANTONIO DEZA FUERON LOS ENCARGADOS DE PRESENTAR EL CURSO DE ATENCIÓN AL CLIENTE A LOS 35 ALUMNOS QUE ESTÁN REALIZANDO PRÁCTICAS EN LA CADENA DE SUPERMERCADOS

grama siguiendo dos líneas de actuación enfocadas tanto a las pymes, para incorporar personal con capacitación técnica adecuada, como a los demandantes de empleo, para aumentar sus posibilidades de encontrar un trabajo adecuado.

La presentación del curso corrió a cargo del presidente de la Cámara, Ignacio Fernández de Mesa, y el consejero delegado de Deza Calidad, Antonio Deza. Fernández de Mesa destacó "la importante labor que lleva a cabo la institución cameral a través del SIAP como intermediaria para que las empresas, en este caso Deza, contraten al personal más preparado y que cumpla con los objetivos de la pyme". Además, señaló que "desde la Cámara se ayuda a la empresa a la preselección de personal, a la formación específica, a la realización de prácticas laborales y la posibilidad de inserción laboral una vez finalizadas las prácticas". Por su parte, Antonio Deza subrayó "que esta experiencia ha sido muy positiva. Esta fórmula que nos ofrece la Cámara evita que las empresas abusen del mecanismo de las prácticas y nos han brindado un servicio completo adaptado a lo que necesitábamos. Hemos contado con personal en prácticas para que conozcan el funcionamiento de nuestros supermercados y que nosotros podamos valorar su actitud y la mayoría de los alumnos van a ser contratados".

El Salón de Plenos de la Cámara de Comercio de Córdoba acogió el pasado 18 de abril la presentación del curso de atención al cliente, que se impartió a 35 alumnos que están realizando prácticas en Supermercados Deza gracias al Programa SIAP.

El Servicio de Integración Activa en la Pyme (SIAP) es un plan integral de formación y empleo promovido por las Cámaras de Comercio con el apoyo y financiación del Servicio Andaluz de Empleo (SAE) a través de su programa de Acciones Experimentales. El objetivo de este programa es establecer nexos más efectivos entre la búsqueda de trabajo de los demandantes de empleo y las necesidades de las pymes. La Cámara de Córdoba desarrolla este pro-

# La Cámara da a conocer a los empresarios las claves para garantizar la financiación

EL SEMINARIO SE CELEBRÓ DE FORMA CONJUNTA CON LA CAIXA. LOS PONENTES FUERON ANA M<sup>a</sup> ROVIRA Y JORDI AGUILERA

La Cámara de Comercio de Córdoba y La Caixa celebraron el pasado 19 de abril, en el marco del convenio de colaboración que firmaron en febrero, el seminario gratuito "Acceso a la Financiación, nuevas líneas y nuevos productos especializados". Es la segunda jornada técnica de las cinco monográficas que se van a desarrollar en la sede de la Cámara.

El acto de apertura corrió a cargo del presidente de la Cámara, Ignacio Fernández de Mesa, que se encargó de presentar a los dos ponentes y subrayó que "la Cámara vela por los intereses del comercio y la industria y por ello celebramos actos de este tipo en beneficio del desarrollo econó-

mico de Córdoba y de los intereses comunes de los empresarios".

La jornada estaba dirigida a trabajadores, empresarios y emprendedores cordobeses que querían estar al día en las claves para acceder a la financiación y conocer nuevos productos que puedan adaptarse a las necesidades de sus empresas.

## Ponentes

El encargado de la ponencia sobre Factoring y Confirming como solución financiera y de servicios para la empresa en la gestión de cobros y pagos fue Jordi Aguilera, "Product Manager" de Confirming en Caixabank. Por otro lado,



SEMINARIO CÁMARA-CAIXA

Ana M<sup>a</sup> Rovira, Directora de Convenios de Activo de La Caixa, trató en su conferencia sobre las vías de financiación para pymes y autónomos.

# Expertos del mundo online asesoran a las pymes en una jornada en la Cámara



JORNADA MUNDO ONLINE

La Cámara de Comercio de Córdoba celebró el pasado 25 de abril en su sede la jornada gratuita "Comunicación 2.0 para que se conozca a tu empresa a través de la red y venda más: ¿contigo o sin ti?".

El acto de apertura corrió a cargo del gerente de la Cámara de Comercio,

Francisco Javier Castillo, y el responsable de Extensión Territorial e Innovación de la Cámara, Luis Díaz. Castillo destacó que "hoy en día el uso de Internet y las redes sociales es importantísimo para que las pymes se posicionen y se den a conocer. Desde la Cámara se ofrece este tipo de jornadas para que las empresas estén al día en nuevas tecnologías". Por su parte, Díaz subrayó que "las redes sociales siguen sumando millones de usuarios, el 85 por ciento de los internautas en España las usan".

## Expertos de prestigio

Expertos de reconocido prestigio en el mundo del marketing online y los social media dieron a conocer a los autónomos y pymes asistentes una visión de las posibilidades que tienen para dar a conocer su empresa en todo el mundo a través de las redes sociales de una manera eficiente y económica.

El cofundador y director de tecnología de Social Bro, Alfredo Artilles, habló sobre el uso y la gestión eficiente de comunidades de Twitter. El socio fundador de A las 6 en la playa, César de la Torre, dió a conocer las estrategias de marketing, el poder de las opiniones en las redes sociales y casos de éxito de empresas cordobesas en el uso de la comunicación 2.0. Por otro lado, María Pérez, Social Media Strategist de Territorio Creativo, presentó en la conferencia qué es el concepto de Social Media Engagement y por qué es importante. Además, mostró la evolución y la situación actual de Facebook y la manera más adecuada de gestionar el ratio de conversación desde las plataformas sociales. Para finalizar, el cofundador de Groupnic, Tomás Muruaga, versó sobre la comunicación dentro y fuera de la empresa (B2B y B2C) en su ponencia "Crea gratuitamente en tu empresa una red corporativa privada".

# Aprobada la refundición de las leyes reguladoras de la actividad comercial en Andalucía

En los últimos años se ha producido una modificación sustancial en la tradicional estructura comercial andaluza debido a la introducción de nuevos formatos, técnicas y prácticas comerciales que se han de realizar de forma equilibrada y ordenada limitando, en lo posible, las tensiones que se deriven de los cambios de la estructura sin que ello suponga una rémora para la necesaria modernización y adecuación del equipamiento comercial.

En base a eso y a la dispersión normativa existente se hacía necesario recoger en textos normativos completos y consolidados todas las disposiciones con rango legal en materia de comercio en Andalucía, lo que se ha realizado a través de la aprobación de los Decretos Legislativos 1/2012, 2/2012 y 3/2012 de 20 de marzo, para la refundición de las leyes reguladoras de la actividad comercial en Andalucía y en los que se incorporan las modificaciones aprobadas en los últimos años especialmente las derivadas de la Directiva Europea de Servicios.

Los cambios más significativos en la legislación comercial andaluza se produjeron en 2009 con motivo de la adaptación a la Directiva europea de servicios en el mercado interior, norma dirigida fundamentalmente a eliminar barreras legales y administrativas que limitan la actividad económica. En líneas generales, estas modificaciones han supuesto la simplificación de trámites y procedimientos; la sustitución de la autorización administrativa previa por declaraciones responsables o comunicaciones; la supresión de requisitos, y la garantía de libre acceso para prestadores de servicios ya establecidos en cualquier estado de la Unión Europea.

En el caso de la Ley del Comercio Interior de Andalucía, la planificación ligada a la autorización previa de grandes superficies comerciales pasó a regirse por criterios territoriales, urbanísticos y medioambientales, frente a la anterior medición de la oferta y la demanda.

La transposición de la Directiva europea implicó también la delegación a favor de los ayuntamientos de las licencias autonómicas para grandes superficies superiores a 2.500 metros cuadrados, además de la agilización de los procedimientos administrativos.

La modificación de la Ley de Ferias Comerciales Oficiales conllevó la desaparición de la autorización previa para la celebración de eventos de este tipo y de la exclusividad de las instituciones feriales oficiales como organizadoras en sus respectivas provincias. Además, se suprimió el requisito de aprobación por parte de la Junta de Andalucía de los estatutos de estas entidades, así como la participación de las administraciones en sus órganos de gobierno.

Finalmente, en el ámbito del comercio ambulante, se suprimió la obligatoriedad de la inscripción en el registro general de esta actividad, para cuyo ejercicio es suficiente una autorización municipal.

Junto con estas reformas legislativas, los textos refundidos incorporan también el desarrollo de las mismas a través de las modificaciones realizadas durante los tres últimos años en los decretos reguladores de la actividad comercial.

En la elaboración del presente texto refundido han participado los agentes sociales que tienen relación con el sector comercial andaluz habiéndose manifestado, durante el trámite de audiencia, las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación de Andalucía y las organizaciones empresariales, de comerciantes, sindicales y de consumidores y usuarios más importantes de Andalucía junto a los organismos representativos de los municipios y provincias andaluzes.

Más información en <http://www.camaracordoba.com/camara.php?cte=8&codigo=7319> y en <http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/opencms/normativas/normativa/index.html>

ESTAS NUEVAS  
NORMATIVAS  
VIENEN A  
DEROGAR LAS  
LEYES QUE  
REGULABAN  
HASTA AHORA  
LA ACTIVIDAD  
COMERCIAL,  
CONCRETAMENTE  
LA LEY 1/1996,  
DE 10 DE ENERO,  
DEL COMERCIO  
INTERIOR DE  
ANDALUCÍA; LA  
LEY 9/1988, DE 25  
DE NOVIEMBRE  
DE COMERCIO  
AMBULANTE, Y  
LA LEY 3/1992, DE  
22 DE OCTUBRE,  
DE FERIAS  
COMERCIALES  
OFICIALES DE  
ANDALUCÍA



LAS MISMAS AFECTAN A UN SECTOR QUE EN ANDALUCÍA REPRESENTA EL 12% DEL PRODUCTO INTERIOR BRUTO REGIONAL, AGLUTINA A CASI 181.000 ESTABLECIMIENTOS (PYMES EN UN 98,8%) Y CONCENTRA EL 16% DEL TOTAL DEL EMPLEO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA

# Nuevas Tecnologías para mejorar la competitividad de las empresas

DESDE QUE LA CÁMARA ES AUTORIDAD DE REGISTRO DE AC CAMERFIRMA HA EMITIDO MÁS DE 6.000 CERTIFICADOS DIGITALES A AUTÓNOMOS Y EMPRESAS CORDOBESAS

La Cámara de Comercio de Córdoba, en su afán de incorporar las nuevas tecnologías y la innovación a las empresas, se adhirió en 2005 al programa "Hacia un censo digital FEDER" con el objetivo de impulsar y apoyar el uso de la certificación y la firma digital en las empresas, especialmente en pymes, micro-pymes y autónomos.

Desde que la Cámara es autoridad de registro de AC Camerfirma ha emitido más de 6.000 certificados digitales a autónomos y empresas cordobesas, ahorrando tiempo y evitando desplazamientos realizando los trámites de las empresas a través de Internet de forma segura.

## ¿Qué es un certificado digital?

Es un documento digital (similar a un DNI electrónico) mediante el cual un tercero confiable (una autoridad de certificación como lo es AC Camerfirma para los certificados que emiten las Cámaras de Comercio) garantiza la vinculación entre la identidad de un sujeto o entidad (por ejemplo: nombre, dirección y otros aspectos de identificación)

y una clave pública permitiendo la identificación del usuario a través de Internet así como firmar electrónicamente. En el caso de los certificados digitales de AC Camerfirma la identificación va aún más allá pues añade a la identificación el cargo de la persona en la empresa dado su carácter eminentemente empresarial.

Los certificados se emplean para comprobar que una clave pública pertenece a un individuo o entidad. La existencia de firmas en los certificados aseguran por parte del firmante del certificado (una autoridad de certificación, por ejemplo) que la información de identidad y la clave pública perteneciente al usuario o entidad referida en el certificado digital están vinculadas. El certificado digital, para cumplir la función de identificación y autenticación, necesita del uso de la clave privada (que sólo el titular del mismo conoce). El certificado y la clave pública se consideran información no sensible que puede distribuirse perfectamente a terceros por lo que el certificado sin más no puede ser utilizado como medio de identificación, pero es pieza imprescindible en los protocolos usados para autenticar a las partes de una comunicación digital, al garantizar la relación entre una clave pública y una identidad.

## Tipos de certificados digitales empresariales que emite la Cámara:

- » **Certificado de pertenencia a empresa (de persona física):** garantiza la identidad de la persona física titular del certificado, así como su vinculación a una determinada entidad en virtud del cargo que ocupa en la misma. La ventaja que ofrece este tipo de certificado frente a otros certificados de persona física es precisamente su vinculación empresarial, ya que aportan un valor añadido muy valioso, por ejemplo al establecimiento de una política de accesos a información dentro de la empresa así como en sus relaciones con terceros al quedar delimitada su responsabilidad vinculada al cargo que tiene en la misma.
- » **Certificado de persona jurídica:** emitido a favor de una entidad jurídica que delega su custodia en una persona física responsable del mismo representante de la empresa. Es muy útil particularmente en las relaciones con las Administraciones a través de sus oficinas virtuales o sedes electrónicas.

## Ventajas

- » **Agilidad:** el intercambio de documentación a través de la red permite reducir los tiempos de gestión al evitar desplazamientos con el consiguiente ahorro de dinero.
- » **Simplificación de la gestión:** el archivo de documentos digitales permite ahorro de espacio (almacenaje) y papel (ahorro de dinero de nuevo).
- » **Seguridad:** el empleo de certificados digitales dota sus documentos de integridad y autenticación del emisor, asegurando que no han sido manipulados.
- » Por medio del certificado digital el usuario podrá **firmar digitalmente** cualquier fichero que se encuentre en su disco duro, independientemente del formato del mismo.
- » Mediante **la firma** de un e-mail el usuario podrá garantizar los **3 pilares básicos**:
  - ✓ **Autenticidad e Integridad:** Si se cambia el contenido del mensaje firmado digitalmente, la huella digital que se obtiene es diferente por lo que el que verifica la firma tendrá conocimiento de esa acción con la consiguiente seguridad y tranquilidad que esto proporciona.
  - ✓ **No repudio:** Se invierte la carga de la prueba. La firma electrónica reconocida está equiparada legalmente con la firma manuscrita, Ley 59/2003 y Directiva 1999/93/CE.

## Firma electrónica

Una firma digital es aquella firma electrónica que está basada en los sistemas de criptografía de clave pública (PKI – Public Key Infrastructure) y que satisface los requerimientos de definición de firma electrónica avanzada. El titular tiene que utilizar su clave privada para crear una firma electrónica. A esta firma se le adjuntará el certificado. El receptor del documento que quiera comprobar la autenticidad de la identidad del firmante necesitará la clave pública que acompaña al certificado para que a través de una serie de operaciones criptográficas se compruebe que es la pareja de la clave privada utilizada en la firma. Es esta operación de asociación al dato secreto del firmante lo que hará la función de comprobar su identidad.

La firma electrónica garantiza la inalterabilidad del contenido firmado y el no repudio (es decir,

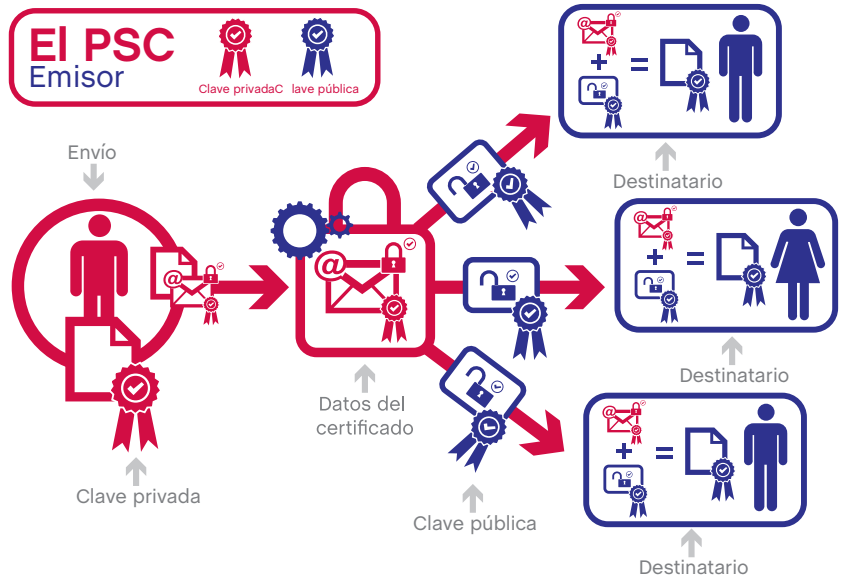
puede demostrarse que una firma ha sido realizada por un determinado usuario y nadie más). Según la Ley 59/2003, la firma electrónica reconocida (basada en un certificado reconocido y generada mediante un dispositivo seguro de creación de firma) tiene el mismo valor que la firma manuscrita.

**Servicio de notificaciones electrónicas de la AEAT**

El Real Decreto 1363/2010 de 29 de octubre regula los supuestos de notificaciones y comunicaciones administrativas obligatorias por medios electrónicos en el ámbito de la Agencia Tributaria. El RD entró en vigor el pasado 1 de enero de 2011 pero es desde finales del año pasado cuando las empresas están empezando a sentir sus efectos ya que el empresario no está obligado hasta que la Agencia Tributaria no le comunique individualmente y de forma tradicional la inclusión en el mismo pudiéndose autnotificar de forma voluntaria la inclusión en este régimen mediante la comparecencia en la sede electrónica de la A.E.A.T.

La principal **novedad que se introduce en el Real Decreto es la obligatoriedad en la recepción de las notificaciones y comunicaciones de la AEAT de manera telemática. Los obligados** se delimitan por NIF y son las siguientes formas jurídicas:

- ✓ Sociedades anónimas, con NIF que comienzan por A
- ✓ Sociedades limitadas, con NIF que comienzan por B
- ✓ Personas jurídicas y entidades sin personalidad jurídica que carezcan de nacionalidad española, con NIF que empiece por la letra N
- ✓ Establecimientos permanentes y sucursales de entidades no residentes en territorio español, con NIF que empiece con la letra W
- ✓ Las uniones temporales de empresas, con NIF que empieza por la letra U
- ✓ Y las entidades cuyo NIF empiece por la letra V y se corresponda con uno de los siguientes tipos: Agrupación de interés económico, Agrupación de interés económico europea, Fondo de Pensiones, Fondo de capital riesgo, Fondo de inversiones, Fondo de titulización de activos, Fondo de regularización del mercado hipotecario, Fondo de titulización hipotecaria o Fondo de garantía de inversiones.
- ✓ Además de las formas jurídicas descritas, también estarán incluidas en el sistema obligatorio de notificación telemática todas las empresas que tengan la condición de gran empresa, las empresas que estén adscritas al registro mensual de devolución, empresas que tributen en régimen de consolidación fiscal y empresas que tributen en régimen de grupo de entidades por lo que sólo se dejan fuera por ahora



a las personas físicas, tengan actividad profesional o empresarial o no.

Por tanto, en virtud de esta norma, la mayoría de las empresas tendrán que darse prisa en adaptarse para poder recibir las comunicaciones de Hacienda. La e-Administración es una realidad que se impone y tendremos que trabajar con la Administración a través de Internet como canal prioritario en lugar de las comunicaciones tradicionales mediante cartas o comparecencias personales en las delegaciones de Hacienda.

**¿Qué necesito para adscribirme al sistema de notificaciones de la AEAT?**

1. **Solicitud del certificado digital** de una autoridad de certificación reconocida como AC Camerfirma en el caso de que la empresa no disponga de uno.
2. Una vez tengamos nuestro certificado digital, procederemos a **dar de alta nuestra dirección electrónica única** en el servicio que ofrece el Ministerio de la Presidencia a través del **portal 060 o entramos en la sede electrónica de la AEAT en su apartado de notificaciones.**

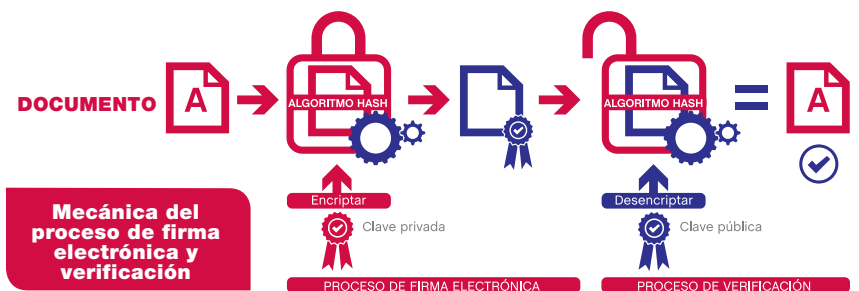
A partir de ese momento, de manera automática recibiremos todas las comunicaciones y notificaciones de la AEAT de manera telemática en el buzón que acabamos de crear a este efecto el cual **deberemos visitar con una periodicidad mínima de diez días** puesto que ese es el plazo a partir del cual la AEAT considera notifica-

da la documentación por ellos remitida.

En este sentido se ha publicado la Orden EHA/3552/2011, de 19 de diciembre, que ofrece la posibilidad de elegir un máximo de 30 días naturales al año de libre elección en los que el obligado no recibirá notificaciones por vía electrónica en su Dirección Electrónica Habilitada (DEH).

Con su certificado digital su empresa podrá enviar comunicaciones seguras en su tráfico mercantil tanto a empresas (correos electrónicos firmados digitalmente) como a Administraciones a través de su sede electrónica (Agencia Tributaria, Seguridad Social, Gobierno de España, Junta de Andalucía, Fundación Tripartita, etc.) sin desplazamientos ni colas y cualquier hora del día.

En la Cámara de Comercio puede tramitar de un modo rápido su certificado digital con el que, entre otros trámites, puede acceder al sistema de notificaciones electrónicas de la AEAT y a la Dirección Electrónica Habilitada.



# Juan Nieto del Río

Gerente y Director Técnico de Laboratorios Econatur, S.L.



Este licenciado en Ciencias Químicas comenzó su andadura en esta empresa de La Carlota en 1999, a la vez que nació la firma. Laboratorios Econatur se dedica al desarrollo, fabricación y comercialización de fertilizantes, bioestimulantes y fortificantes frente a plagas y enfermedades para agricultura.

**Econatur es un referente en productos para la agricultura y la industria agroalimentaria, ¿cómo ha sido la evolución de la empresa desde que comenzó su andadura?**

Econatur comenzó como una ilusión personal por conseguir un doble objetivo: desarrollar un proyecto empresarial, lo cual siempre me había motivado personalmente y por aportar mejoras o nuevos valores añadidos en la producción agrícola de nuestra tierra, atendiendo a inquietudes personales por minimizar el impacto negativo sobre la salud y el medio, de los inputs químicos empleados en ésta, tradicionalmente.

**¿Qué peso tiene su sector en la economía cordobesa?**

En mi opinión, la agricultura en España en general y en Andalucía y

Córdoba en particular, es la base económica y aún más en estos momentos donde por desgracia, otros sectores que en otros momentos han generado una mayor riqueza, ahora no es así. La agricultura por tanto queramos o no, ha demostrado siempre ser un valor seguro de sostén económico. Igualmente para las empresas que apoyamos a este sector productivo. Por este motivo creo que siempre debemos de tener muy claro esta situación de importancia de base económica que debemos de cuidar en todos los niveles sociales.





**Su empresa ha participado en el Programa PIPE de ayuda en la iniciación a la exportación que ofrece la Cámara ¿Cómo valora la experiencia?**

Para cualquier empresa con ambición internacional, el hecho de poder disponer de un firme apoyo informativo, orientador y económico, es de crucial importancia para poder tener unas mínimas garantías de rentabilidad de inversiones a las que obliga la experiencia internacional. Por ello Econatur encontró en el Programa Pipe un gran aliado para poder hoy día, contar una experiencia de implantación internacional positiva, que nos ha llevado a tener intereses comerciales en más de 30 países repartidos por todo el mundo y con dos filiales extranjeras.

**¿Cuáles son las directrices que siguen para salir al exterior y en a qué países exportan?**

Apostamos por países donde la agricultura es una de sus principales vías de desarrollo económico, en base a las características productivas del propio país y a las vías de comercialización de los productos agrícolas, existentes en el mismo. En este sentido apostamos sobre todo por países que quieren crecer en la producción agrícola orgánica o ecológica y/o producen alimentos seguros y saludables, libres de residuos de pesticidas. Además, es muy importante que el país en cuestión disponga

de canales de comercialización en el mercado nacional o internacional que demandan este tipo de producción de alto valor añadido.

Actualmente estamos trabajando con mercados en Centro y Suramérica, Europa, Asia, y países árabes.

**¿Qué proyectos tiene Laboratorios Econatur para un futuro inmediato?**

Nuestro principal proyecto de futuro es crecer como empresa, para lo cual por nuestra filosofía y tipo de empresa, tenemos muy claro que las inversiones en I+D son fundamentales para garantizarnos un futuro en crecimiento. Por ello, nuestros principales proyectos además de inversiones en instalaciones productivas, van muy encaminados a importantes inversiones humanas y materiales en materia de investigación para el desarrollo y mejora de nuestros productos.

**¿Cuál es el valor añadido de sus productos?**

Nuestro principal valor es como empresa, gracias al equipo humano que la compone y a la filosofía de trabajo que todos compartimos. Estamos convencidos en que con medios ecológicos, sin necesidad de abusos en inputs y con una práctica comercial responsable, podemos mejorar las producciones de nuestros campos de cultivo al igual que la calidad nutricional,

la salubridad y nuestro entorno natural. El resultado de ello son nuestros productos que consiguen en campo marcar estas diferencias respecto a los productos tradicionales.

**¿Cuáles son los problemas que afronta con más frecuencia en su día a día?**

Esta claro que hoy en día la propia actividad de cualquier empresa y todo lo relacionado con ello, absorbe a los directivos de las mismas, sobre todo por los grandes problemas de financiación que todas en más o menos medida sufrimos. En empresas de nuestro estilo donde combinamos pequeña empresa con desarrollo, fabricación, comercialización, producto complejo, mercados internacionales... poder solventar las enormes exigencias de inversión que necesitamos y que ya es complicado en condiciones normales, ahora se complica muchísimo más y nos obliga a un esfuerzo de control mucho mayor.

**¿Cuáles considera que son las principales claves para que una empresa tenga éxito?**

Proyecto sencillo y claro con objetivos muy definidos y controlados; perseverancia en el tiempo; equipo humano formado y motivado; financiación clara.



LA CÁMARA HA ORGANIZADO EN LO QUE VA DE AÑO UNA MISIÓN INVERSA DE IMPORTADORES RUSOS Y OTRA DIRECTA A COSTA RICA Y PANAMÁ. HAY PREVISTAS OTRAS SEIS ACCIONES ENFOCADAS A SECTORES COMO EL AGROALIMENTARIO, EL METAL O LA MODA

La Cámara de Comercio de Córdoba, en su afán por ayudar a las empresas a salir al exterior y que consigan hacer negocio en nuevos mercados, ha elaborado el Plan Cameral 2012 para desarrollar ocho misiones comerciales, entre directas e inversas, para este año.

A raíz de las propuestas derivadas de la encuesta a exportadores realizada por la Cámara en el mes de enero y los grupos de trabajo sectoriales que se han ido reuniendo en febrero para conocer las necesidades de las firmas, la Corporación decidió poner en marcha estas misiones comerciales para los sectores de la madera, construcción, joyería, agroa-



MISIÓN INVERSA DE IMPORTADORES RUSOS

limentario, metal y moda. Las dos de carácter inverso son de joyería y moda y en las otras seis las empresas llevarán a cabo agendas de trabajo en los mercados de destino (Costa Rica-Panamá, Reino Unido, Canadá, Japón, Argelia y Arabia Saudita). En estas acciones se prevé que podrán participar unas 80 empresas exportadoras cordobesas.

### Importadores rusos

Se comenzó en marzo con la primera acción, que fue la misión inversa de compradores

rusos del sector de la joyería que se celebró en Córdoba con seis empresas rusas y once cordobesas. Se llevaron a cabo 66 contactos comerciales a través de reuniones comerciales y entrevistas cruzadas en las instalaciones de la Cámara.

### Costa Rica y Panamá

Posteriormente se ha desarrollado a finales de abril la misión directa de Costa Rica y Panamá, encabezada por el presidente de la Cámara, Ignacio Fernández de Mesa, con nueve empresas cordobesas del sector de la construcción. Las empresas participantes han sido Daplast S.A., Corporación Empresarial Grupo Puma, Excavaciones Sacor S.L., Arttile S.A., Medina y Lara Internacional S.L., Silos Córdoba S.L., Mariano Aguayo Abogados S.A., Conmovisa Empresa Constructora S.L. y Solia Ingeniería y Medio Ambiente S.L.

Con este plan de acciones el Área de Comercio Exterior destinará ayudas para las empresas cordobesas por valor estimado de 731.000 euros entre Plan Cameral y Programa PIPE de Iniciación a la Exportación, facilitando además la emisión de 5.000 documentos necesarios para la exportación a terceros países y siendo lugar de referencia para la solución de consultas de las empresas en la operativa de comercio exterior.

EL COSTE TOTAL ESTIMADO PARA ESTAS ACTIVIDADES PROMOCIONALES ES DE 336.000 EUROS



# Diccionario para la exportación

**Certificado de origen:** El certificado de origen, así como el EUR, el FORM A y otros documentos de origen, sirve para acreditar frente a la autoridad aduanera de importación que la mercancía que en él se detalla se ha fabricado o producido en el país que se indica como origen. La acreditación del origen resulta imprescindible para determinar el arancel aplicable a la importación y los regímenes preferenciales derivados de acuerdos entre ambos países. El certificado de origen es expedido por las Cámaras de Comercio.

**Derecho antidumping:** Es una medida de carácter arancelario que adoptan los países importadores para hacer frente a las políticas de exportación de las mercancías con precios inferiores al valor normal (valor comercial en el país del productor).

**Divisa:** Es cualquier medio de pago, distinto del papel moneda, emitido en una divisa convertible. El Fondo Monetario Internacional define las divisas como los títulos de crédito que las autoridades monetarias o los particulares tienen frente a no residentes en forma de depósitos bancarios, pagarés, valores a corto y largo plazo, deudas por exportaciones, etc., utilizables en el caso de déficit de balanza de pagos, independientemente de la moneda en la que estén emitidos.

**DUA:** El Documento Único Administrativo es el soporte papel de nuestra declaración de importación o exportación ante las autoridades aduaneras. El DUA está formado por un legajo de 8 ejemplares más un noveno de uso nacional que supone la autorización para la retirada o embarque de las mercancías ("levante"), utilizándose uno u otros según el tipo de operación que reflejen.

**ISO:** es el acrónimo de la International Standard Organization. Este organismo tiene como objetivo promover, a nivel mundial, el desarrollo de la estandarización de la calidad con un enfoque orientado a facilitar el intercambio de bienes y servicios a nivel internacional.

**PIF:** Es el punto de inspección fronteriza. es

una instalación acondicionada en el puerto para llevar a cabo los reconocimientos físico-veterinarios y sanitarios sobre productos de origen animal y vegetal procedentes de terceros países. Nace por exigencia de la legislación comunitaria para el adecuado control aduanero y sanitario de las mercancías. La utilización del punto de inspección fonteriza (P.I.F.) contribuye de forma decisiva a la mejora y agilización del proceso de inspección física de la mercancía.

**Tránsito Comunitario:** Régimen aduanero aplicable al transporte internacional intracomunitario de mercancías no comunitarias y al transporte internacional de todo tipo de mercancías entre los países de la UE y Andorra y entre los países de la UE y los países de la AELC. Al igual que el régimen aduanero TIR, el Tránsito Comunitario tiene como principal objetivo la simplificación de trámites aduaneros.

**Fuente:** C@sce (Programa de asesoramiento del Consejo Superior de Cámaras para consultar y planear sus dudas en el ámbito de la internacionalización). <http://casce.camaras.org>

**Cámara  
Córdoba**

## Anúnciate en la revista de la Cámara

Para más información: [aperea@camaracordoba.com](mailto:aperea@camaracordoba.com)  
**957 296 199** ext 0128

# El proyecto de Internacionalización



Por Sebastián Barroso y Beltrán Martín-Prat  
Socios de Projectatio Management Consulting

“Un barco está seguro en el puerto, pero no es para eso para lo que están hechos”

William Shedd

Ante un entorno económico degradado a nivel nacional, las empresas encuentran, grandes caídas en los volúmenes de facturación desde el inicio de la crisis.

Esta situación genera enormes retos de supervivencia, replanteamiento de los costes y búsqueda de mayores eficiencias. El mero ahorro no dinamiza la facturación por lo que deben encontrar el revulsivo que les permita seguir existiendo con un mercado activo.

## La respuesta pasa por LA INTERNACIONALIZACIÓN

La actividad internacional estaba relegada a las grandes empresas y multinacionales; sin embargo, el bajo costo de los servicios permite acceder a otras empresas al mercado global.

La globalización, no sólo supone la apertura de fronteras y la homogenización de clientes y proveedores que obliga, a contemplar el mundo como un solo mercado. Para muchas empresas es una necesidad vinculada a su propia supervivencia.

## La internacionalización como PROYECTO

Son muchos los organismos públicos o privados, los que asesoran a las empresas en comercio exterior. Su papel es importante. Ayudarán a definir, el QUÉ y DÓNDE, pero ¿cómo maximizar las posibilidades de éxito? ¿cómo asegurar que se toman las decisiones de forma racional y controlada? ¿cómo supervisar los riesgos del proceso? ¿...?

Ya no es suficiente con encontrar un expatriado. El cambio debe pasar por toda la organización, con objetivos concretos. En caso contrario, la empresa estará dedicando recursos con un inmenso nivel de incertidumbre.

El **Project Management** ofrece una metodología contrastada y estandarizada para alcanzar el éxito.

**Gestionar la internacionalización bajo la perspectiva del Project Management minimiza el impacto de la incertidumbre, incrementando el control y optimiza el éxito sobre los objetivos planteados.**

Supone tratar la decisión estratégica de exportar como un proyecto cerrado con un principio y un final, objetivos claros y medibles y una repercusión económica controlada.

Fija con antelación qué queremos obtener con

la exportación y en cuánto tiempo (diseña un plan). Dota al proyecto de una estructura basada en procesos y roles (aumentando la eficiencia de los esfuerzos), facilita un cuadro de mandos Integral que permite, en tiempo real, detectar si las actividades realizadas se ejecutan según lo planificado, gestiona los riesgos de cada parte del proceso...

En definitiva, el Project Management dota de herramientas de control e información, lo que se traduce en un mayor nivel de éxito.

## El Proceso. Una aproximación real

El Project Management actúa sobre proyectos reales. El paso previo que la empresa deberá realizar antes de acometer su internacionalización es estudiar la viabilidad, su capacidad financiera, su retorno, el “caso de negocio”. Aquí es donde las consultoras especializadas en comercio exterior aportan su valor.

Una vez definido el producto, el país, los objetivos y el tiempo en conseguirlo es cuando comienza el proyecto. Se definen los requisitos y restricciones y se selecciona al Director del Proyecto.

Se han de determinar los stakeholders (agentes implicados en el proyecto). Podrán ser internos o, sobre todo, instituciones, empresas y organismos necesarios para que las empresas puedan desarrollar su actividad.

Posteriormente definiremos las actividades a realizar, asignando recursos. Como consecuencia determinamos el Camino Crítico o aquellas actividades que no pueden retrasarse.

Creación de un Equipo, interno o externo o mixto, cuyas responsabilidades y asignaciones en el proyecto queden claramente determinadas.

Uno de los factores que provocan mayor índice de fracaso es la comunicación, diferencias culturales, calendarios, limitaciones de idioma, etc.

La realización de los procesos descritos generan el **Plan de Dirección del Proyecto**.

Hasta este punto, aún no hay ningún desembolso económico, sólo planificación. Hecho fundamental para mantener una actitud previsional y sistémica propias del Project Management.

Mediante herramientas concretas se controla, supervisa y mide el rendimiento del proyecto así como la gestión de los cambios. Se ejecutan las acciones planificadas que permitirán obtener los resultados esperados.

El Cierre del proyecto es el momento en el que la empresa está en disposición de vender su producto en el país determinado. Momento de sacar Lecciones Aprendidas, que sirvan de base para repetir la experiencia.

El sistema estandarizado del Project Management permite realizar la toma de decisiones sobre el proyecto de internacionalización de forma controlada y por tanto, maximizar su éxito para cualquier empresa, con independencia de su tamaño.



projectatio  
management consulting

**“Gestionar la internacionalización bajo la perspectiva del Project Management minimiza el impacto de la incertidumbre asociada al mismo, incrementando el control y optimiza el éxito sobre los objetivos planteados”**

# La sede de la Cámara, edificio emblemático

HALL CÁMARA COMERCIO DE CÓRDOBA



SALÓN DE ACTOS



PIROGRABADO DE MIGUEL DEL MORAL

LA  
CONSTRUCCIÓN,  
DISEÑADA  
ENTRE 1950  
Y 1954 POR  
RAFAEL DE LA  
HOZ ARDERIUS Y  
JOSÉ M<sup>a</sup> GARCÍA  
DE PAREDES, ES  
UN REFERENTE  
DE LA  
ARQUITECTURA  
ESPAÑOLA DEL  
SIGLO XX. SU  
INAUGURACIÓN  
SE CELEBRÓ EL  
29 DE JULIO DE  
1955

Hacia octubre de 1949, el que fuera presidente de la Cámara de Comercio de Córdoba, José Castany, le encarga a un joven arquitecto, Rafael de la Hoz Arderius, la nueva sede corporativa de la institución, circunstancia que no se formalizará hasta el 30 de junio de 1950. Así, la actual sede de la Cámara, situada en la calle Pérez de Castro, fue diseñada por De la Hoz y José M<sup>a</sup> García de Paredes entre los años 1950 y 1954, con la colaboración de diversos artistas como Miguel del Moral o Jorge Oteiza, creador, entre otras obras, del escudo de bronce de la fachada.

La Cámara contó con sedes previas en el Círculo Mercantil y Gran Capitán hasta la inauguración del actual edificio el 29 de julio de 1955. Consta de dos plantas y azotea y se realizó una ampliación en 1964.

La planta baja tiene un amplio hall con un techo oscuro con focos empotrados a modo de cielo estrellado y al fondo un mostrador, obra del escultor Jorge Oteiza y una de las piezas clave del edificio. El mostrador brota del suelo en un único punto para señalar una escultura de hormigón, también de Oteiza, y la escalera helicoidal, otra de las obras maestras de la Cámara de Comercio.

Ya en la primera planta se encuentra el despacho de presidencia, actualmente utilizado de sala de visitas, con el mobiliario original de los años 50. También existe una pequeña sala de juntas con tapices de la Real Fábrica de Tapices, cordobanes y mobiliario de cuando se inauguró la sede. En esta sala hay un pirograbado de Miguel del Moral que representa a San Rafael guiando a Tobías.

La escalera en caracol, que nace de la planta baja, conduce a la segunda planta. En el vestíbulo hay otra escultura, de madera de encina, de Jorge Oteiza, que enmarca la entrada de acceso al salón de actos, de planta parabólica y con paredes de entablillado de madera.

## Movimiento Moderno

Este singular edificio es un referente de la arquitectura española del siglo XX. De hecho, la sede de la Cámara fue incorporada en el 2001 al Catálogo General del Patrimonio Histórico Andaluz (CGPHA) de la Junta de Andalucía como manifestación de la Arquitectura del Movimiento Moderno (d.o.c.o.m.o.m.o) junto con otros 15 inmuebles más repartidos por toda la comunidad autónoma.



## Microcréditos para emprendedoras y empresarias

La Cámara de Comercio de Córdoba, a través del Programa de Apoyo Empresarial a las Mujeres (PAEM), es una entidad colaboradora para gestionar los créditos Microbank para el autoempleo femenino, en virtud al convenio suscrito entre el Consejo Superior de Cámaras y Microbank.

La principal característica de estos préstamos es que no necesitan aval o garantía real, que se ha de suplir con un conforme de la Cámara donde la emprendedora ha recibido el asesoramiento. Se conceden hasta 25.000 euros, hasta el 95% de la inversión, por un plazo de 5 años (con 6 meses de carencia) a un tipo de interés del 6% hasta junio de 2012.

La Cámara de Comercio ha de otorgar un informe de viabilidad al proyecto o plan de empresa que presente la emprendedora. Este se remite a la oficina de La Caixa más cercana al ámbito donde vaya a establecerse el negocio, y éste remite el expediente a Microbank, que tiene un plazo aproximado de 15 días para resolver sobre la solicitud de préstamo.

Los criterios para la concesión del microcrédito son los siguientes:

1. El carácter del emprendedor/ a (cualidades, actitud, etc.)
2. La experiencia previa, su formación, etc
3. Su nivel de endeudamiento o situación financiera actual
4. El historial crediticio (ficheros de morosidad)
5. Su compromiso con el proyecto
6. El aval moral de la Cámara de Comercio

Esta información puede ser ampliada en la siguiente dirección web: <http://www.microbankla caixa.com>

# Al día en los incentivos públicos empresariales

El Área de Desarrollo Empresarial, Formación y Empleo de la Cámara de Córdoba facilita, a través del Manual de Incentivos Públicos Empresariales de Córdoba – 2012 ([www.camaracordoba.com](http://www.camaracordoba.com)), una detallada información sobre distintos incentivos públicos empresariales (subvenciones, ayudas y líneas de financiación) que, desde Córdoba y provincia, pueden ser susceptibles de solicitud por parte de nuestras pymes y autónomos.

A continuación se detallan, estructurados por finalidad, algunos incentivos públicos contenidos en el Manual:

Emprendedores, Creación y Desarrollo Empresarial

1. Ayudas al establecimiento y mantenimiento como trabajador ó trabajadora autónomo en Andalucía – 2012. Servicio Andaluz de Empleo – Junta de Andalucía.
2. Pago único de la prestación por desempleo. Autónomos y economía Social – 2012 Servicio Andaluz de Empleo – Junta de Andalucía.
3. Programa de incentivos para el fomento de la innovación y desarrollo empresarial en Andalucía. 2012 – 2013. IDEA – Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía – Junta de Andalucía.
4. Líneas de financiación del Instituto de Crédito Oficial.
  - a. Línea ICO Desarrollo Empresarial - 2012.
  - b. Línea ICO Directo - 2012.
  - c. Línea ICO SGR - 2012.
  - d. Línea ICO Liquidez - 2012.
5. Líneas de Financiación de la Empresa Nacional de Innovación.
  - a. Línea ENISA Jóvenes Emprendedores – 2012.
  - b. Línea ENISA Adquisición y Fusión de Pymes – 2012.
  - c. Línea ENISA Empresas Innovadoras – 2012.
    - » Línea Pyme – 2012.
    - » Línea de Empresas de Base Tecnológica – 2012.
    - » Línea de Cofinanciación con Business Angels – 2012.
    - » Línea de Cofinanciación con Sociedades de Capital Riesgo – 2012.
    - » Línea de Cofinanciación con Agencias de Desarrollo Regional – 2012.
    - » Línea d-diseño – 2012.
6. Programa de microcréditos para mujeres emprendedoras y empresarias – 2012.

Secretaría de Estado de Servicios Sociales e Igualdad – M<sup>º</sup> Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.

7. Programa de apoyo a la innovación y al desarrollo de la economía social 2009 – 2013. Consejería de Economía, Innovación y Ciencia – Junta de Andalucía.

### Ayudas al Empleo

1. Contrato de trabajo por tiempo indefinido de apoyo a emprendedores. Incentivos Fiscales y Bonificaciones en cuotas de S. Social – 2012. Seguridad Social y Agencia Tributaria.
2. Abono de cuotas de seguridad social para trabajadores acogidos al pago único de la prestación por desempleo - Vigente. Servicio Andaluz de Empleo – Junta de Andalucía.
3. Programa para la consolidación y apoyo de la actividad económica del trabajador y trabajadora autónomos – Vigente. Servicio Andaluz de Empleo – Junta de Andalucía.
4. Programa de apoyo a la trabajadora autónoma. Contrataciones por maternidad – Vigente. Servicio Andaluz de Empleo – Junta de Andalucía.
5. Programa de fomento de empleo. Bonificaciones a la contratación. RD Ley 10/2010. Ley 35/2010. RD Ley 3/2012. Tesorería General Seguridad Social – 2012
6. Discapacitados: Incentivos, bonificaciones, autoempleo. Vigente Servicio Andaluz de Empleo – Junta de Andalucía.
7. Contratación de drogodependientes y/o ludópatas en rehabilitación. Consejería para la Igualdad y Bienestar Social – Junta de Andalucía - 2012.
8. Incentivos a la contratación indefinida.
9. Servicio Andaluz de Empleo – Vigente.
10. Incentivos a la contratación indefinida en zonas ATIPE.
11. Servicio Andaluz de Empleo – Vigente.

### Ayudas en materia de Comercio y Turismo

Fondos de apoyo a empresas turísticas y comerciales – 2012. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte – Junta de Andalucía.

### Ayudas en materia de Comercio Exterior

Línea ICO Internacionalización – 2012.  
Línea ICO Liquidez – 2012.  
Línea ICO Fondo FESpyme – 2012.  
Incentivos EXTENDA - 2012

# La Cámara Responde

## ¿Qué puede aportar el coaching?

Entre las principales aportaciones se encuentra la toma de conciencia, la motivación y la acción para realizar aquello que una persona tiene como propósito pero que aún no lo ha llevado a cabo o no lo ha conseguido, por los motivos que sean, y para ello se trabajará sobre las causas que no lo han hecho posible hasta ahora (quizás bloqueos en forma de creencias limitantes, emociones limitantes o comportamientos limitantes). Multitud de propósitos personales o profesionales no se llegan a cumplir por cuestiones que están en el propio entorno y en la propia área de influencia de la persona, aunque no sean apreciables desde el enfoque actual o usado hasta el momento.

## ¿Puedo conocer a través de la Cámara qué empresas se dedican en Córdoba a un determinado sector?

Sí. A cada Cámara le facilita el Ministerio de Hacienda el censo de empresas de su demarcación, en nuestro caso Córdoba y Provincia. A través de la Cámara puede obtener el listado de todas las empresas que se dedican a un sector de actividad en general o una parte de ese sector, por ejemplo relación de comerciantes mayoristas y/o minoristas y afinando un poco más, comerciantes de un producto en concreto como calzado, vehículos, etc. ya que nuestra base de datos clasifica la empresas por Epígrafes del Impuesto de Actividades Económicas (I.A.E).

Igualmente puede consultar en nuestra página web, [www.camaracordoba.com](http://www.camaracordoba.com), el estudio "Actividades Económicas de Córdoba y su Provincia", de donde podrá sacar los datos estadísticos por múltiples parámetros como la actividad, la población, por forma jurídica.

## ¿Qué es un IPI? ¿Se puede realizar en la Cámara?

El Itinerario Personalizado de Inserción se define como el diseño, la realización y seguimiento de una secuencia concatenada de acciones, destinadas a mejorar la empleabilidad de las personas demandantes de empleo inscritas como desempleadas en el Servicio Andaluz de Empleo. Es decir, es un plan de trabajo que se realiza paso a paso. A través de los IPI, las personas conocen todos los procedimientos disponibles para acceder a los programas de inserción, existiendo la posibilidad de ser integrada en cualquier actividad que se considere oportuna.

En varias citas, el/la orientador/a y la persona en busca de empleo diseñan un documento en el que se recogen todas aquellas actuaciones que se han considerado más convenientes para la consecución de su objetivo profesional, definidas desde las propias circunstancias personales y contexto geográfico.

Los IPI pueden combinar diversos tipos de acciones: información, orientación, asesoramiento, preformación, así como otras medidas que conduzcan a la inserción laboral. Las decisiones se toman consensuadamente entre la persona demandante de empleo y la persona responsable de su itinerario; es ésta última, la encargada de poner todos los recursos a su alcance para que obtenga el objetivo profesional marcado.

El IPI se puede realizar en la Cámara, ya que existe una Unidad de Orientación Profesional de la Red Andalucía Orienta y se puede acudir mediante cita previa.

**Si tiene alguna duda, mándenos su pregunta a [mmartinez@camaracordoba.com](mailto:mmartinez@camaracordoba.com) y nuestros técnicos le contestarán a través de esta sección**

**Mediación: conduce el acuerdo, transforma el problema**

La mediación facilita el **acuerdo** y encontrar **soluciones**. Tiene **menor coste** económico, personal y temporal. Es **más viable** que la vía judicial o el arbitraje.

**ArsMediatio**

Servicio Profesional de Mediación de Conflictos y Traducción.

Más información en: [www.arsmediatio.com](http://www.arsmediatio.com)  
[info@arsmediatio.com](mailto:info@arsmediatio.com) - Tel: 957 266 938 - 687 743 701



# Cámara

## Córdoba

Disfruta de tarifas especiales en los servicios camerales  
**¡ADSCRÍBETE A CUOTA CERO!**

ADSCRIPCIONES: 957 296 199 - [info@camaracordoba.com](mailto:info@camaracordoba.com)



# Cámara

## Córdoba

### **Desarrollo Empresarial**


#### **Creación de Empresas**

- Constitución de una empresa
- Plan de empresa
- Incentivos y Ayudas
- Franquicias
- Fomento espíritu emprendedor en la escuela
- Programa apoyo Empresarial a las Mujeres (PAEM)

#### **Formación**

- Programas de creación y consolidación de empresas
- Masters y programas superiores
- Formación presencial y on-line

#### **Empleo**

- Orientación laboral (Andalucía Orienta)
  - Bolsa de empleo - camaraemplea
  - Empleo en comercio exterior
  - Prácticas de empresa
  - VideoCurrículum
  - Selección de personal
  - Asesoramiento en RRHH
- 

### **Nuevas Tecnologías**

- Certificado Digital
- Maspyme
- Masmaking
- Innocámaras
- Transferencia del Conocimiento
- Puntos de información sobre I+D+i

### **Expansión Territorial**

- Antena de Priego de Córdoba
  - Antena de Hinojosa del Duque
  - Antena de Palma del Río
- 