



## Semana de la Financiación de la mano de la Cámara

Priego acoge la feria  
"Voy a por Trabajo"

# worlders

encuentra todo  
lo que buscas



¿cómo  
funciona?



100%  
anónimo

registrarse

iniciar sesión

# worlders

*the direct way of shopping*

# SUMARIO

## NÚMERO 16

abril - mayo - junio 2015

### 3 EDITORIAL

Editorial.

### 4 - 5 ENTREVISTA

Isabel Romero.

### 6 - 7 ENCUENTRO INTERNACIONAL

La Cámara promociona la joyería cordobesa entre 12 importadores extranjeros.

### 8 - 9 EMPLEO

Priego acoge la feria "Voy a por Trabajo".

### 10 - 13 REPORTAJE

Semana de la Financiación de la mano de la Cámara.

### 14 - 19 INSTITUCIONAL

La Lonja de la Cámara debate sobre el mercado de los cereales y las oleaginosas.

El presidente de la Cámara inaugura una jornada del Ministerio de Defensa.

La Cámara da a conocer las oportunidades de negocio en la ecoinnovación.

Primer Coffee & Jobs de la mano de la Cámara y CIC Batá.

La Cámara analiza el turismo de compras.

Primer Pleno de la Cámara con los 13 vocales nuevos.

### 20 ENTREVISTA

Gabriel Prieto Sarriá.

### 21 ENTREVISTA

Lourdes Gómez Fernández y Ludwig Wagner.

### 22 COMERCIO

Abierta la convocatoria 2015 al comercio minorista del programa Diagnóstico Punto de Venta.



#### Sede Central

C/. Pérez de Castro, 1  
14003 Córdoba / España  
Teléfono 957 29 61 99  
Fax 957 20 21 06  
www.camaracordoba.com

**Diseño y maquetación:** Publensa

**Imprime** Papiro

**Depósito Legal** CO-123-2012

**ISSN** 2254-1721

Prohibida la reproducción total o parcial sin autorización. La opinión de la revista se expresa solo en el editorial. Los artículos con firma exponen posturas personales

#### Presidente

Ignacio Fernández de Mesa y Delgado

#### Secretaría General

Carmen Gago

#### Edita

Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba

#### Directora

Ana Perea

# EDITORIAL

La Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Córdoba tiene a disposición de los emprendedores un departamento de Desarrollo Empresarial en donde se les asesora a la hora de poner en marcha un proyecto o idea de negocio.

Nuestra institución tiene entre sus principales objetivos apoyar y ayudar en el desarrollo de iniciativas empresariales. Hacemos una apuesta decidida desde las entidades camerales por una política global de apoyo a emprendedores, pymes y autónomos creando las condiciones necesarias para la consecución de un tejido empresarial fuerte y competitivo y es por ello por lo que hemos celebrado la Semana de la Financiación, enmarcada en el programa Aprende a Financiarte.

A través de aprendeafinanciarte.com, las Cámaras se han posicionado como un socio estratégico para las pymes, autónomos y emprendedores en materia de financiación. Así, en este portal, las Cámaras han integrado en un mismo espacio toda la oferta de financiación pública y privada que existe en España para pymes, autónomos y emprendedores, a la vez que ofrece herramientas de diagnóstico para conocer su situación financiera, el riesgo bancario o mejorar su posición negociadora con los bancos, a través del dossier bancario que pueden presentar directamente a la entidad.

"En los negocios solo existen dos reglas:  
Regla número 1:  
nunca perder dinero  
Regla número 2:  
nunca olvidar la regla número uno"

#### Warren Buffett

Inversionista y empresario estadounidense. Es considerado como uno de los más grandes inversionistas en el mundo, además de ser el mayor accionista y director ejecutivo de Berkshire Hathaway



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

SÍGUENOS



## ENTREVISTA

# Isabel Romero

## Entrevista a la directora general del Instituto Halal y presidenta de la Junta Islámica española, Isabel Romero

**Isabel Romero** es la promotora de la creación del Instituto Halal. Actualmente asume la dirección general de un equipo humano que crece, a pesar de la crisis. Es igualmente presidenta de Junta Islámica, una de las primeras organizaciones constituidas legalmente en España, y preside la Comisión de Patrimonio Histórico de la Comisión Islámica de España.

Es analista social y de mercado. Ha trabajado como técnico en turismo congresal y ha sido Consejera Delegada de Margen Andalucía y Margen Sur.

Ha sido Directora del Palacio de Congresos y Exposiciones de Córdoba y Presidenta de la Asociación Andaluza de Palacios de Congresos. Fue administradora de Línea Azul OPC y directora de Marketing del grupo Alcántara.

### ¿Qué es el Instituto Halal? ¿Qué objetivos persigue?

El Instituto Halal es un espacio desde el que desarrollamos innovación de mercado, a través del concepto Halal. Lo formamos un grupo de entidades y equipos humanos multidisciplinares y con carácter emprendedor que unen esfuerzos para la aplicación del concepto Halal.

Intentamos modificar la realidad socioeconómica del momento actual, pensando desde un escenario donde se piensa globalmente y se actúa localmente, tomando en cuenta las peculiaridades y atendiendo así las necesidades locales. En definitiva trabajar sobre retos de manera global actuando de manera local.

### Todavía existe un gran desconocimiento sobre el mundo Halal, ¿qué ventajas y beneficios puede tener para las empresas cordobesas?

Las principales ventajas para una provincia como Córdoba es su potencial agroalimentario y el turismo. En ambos casos, las posibilidades que se tienen,

especialmente en el campo agroalimentario, es de cara a la internacionalización de productos y de empresas. En ese sentido, se incorpora la ©Marca de Garantía Halal de Junta Islámica al tejido empresarial productor, tanto de materias primas, como en aquellas industrias de elaborados y de productos de cuarta y quinta gama para poder ir destinados a musulmanes, especialmente del Magreb, los países del Mediterráneo y por supuesto en Oriente Medio y otros destinos.

### En esta materia, ¿Córdoba tiene un potencial enorme no? ¿Qué sectores están más interesados en la cultura Halal?

El sector más interesado hasta ahora ha sido sobre todo el agroalimentario. El sector turístico ha empezado a despertar, básicamente porque se está haciendo un trabajo de sensibilización y de comprensión de qué significa Halal en este sector.

Estamos todavía un poco lejos del techo que nos parece que debería de existir en una ciudad como Córdoba, pero poco a poco se va consiguiendo una sensibilización. Pensamos que hay mucho trabajo por hacer, sobre todo a nivel de información, a nivel de formación, a nivel de comprensión del conjunto de la sociedad, de lo que significa ser receptor de turismo de públicos musulmanes.

Hay que quitar miedos y hay que poner en valor todo lo positivo, que es mucho, yo diría que la mayoría, y que lo demás son aspectos de carácter cultural que simplemente hay que conocer y comprender y atender como un segmento de público más.

### ¿Cuál es el proceso para la certificación de garantía halal de una empresa?

La ©Marca de Garantía Halal actúa como una marca de calidad, por lo tanto es una marca de aplicación voluntaria.

En ese sentido, lo que viene a hacer la marca Halal es reforzar el posicionamiento de la marca del producto o de la empresa. Se solicita voluntariamente, y a partir de ahí se inicia un procedimiento que tiene una parte documental y una parte de auditoría, más de carácter científico-técnico. En el transcurso de 3 meses, si todos los ritmos tanto por parte de las industrias o las empresas como por parte del Instituto Halal se cumplen, se obtiene la certificación.

Nuestra política de calidad está marcada, si todo va bien, en 60 días, pero también sabemos que lo normal es que se supere el tiempo porque las empresas parten de un desconocimiento, de una no práctica en este segmento productivo y por lo tanto siempre se tarda un poco más. Intentamos amoldarnos a cada circunstancia.

Es un proceso de cooperación entre la entidad que certifica y la industria que afecta a todos los niveles de la entidad, desde la gerencia, la dirección, el marketing... Por supuesto el departamento de calidad, departamento de producción y el conjunto de las personas que van a implicarse en la manipulación del producto Halal.

### ¿Y es muy caro obtener el certificado halal?

No, diríamos que estamos en precios de mercado. No hay un precio fijo. Es verdad que tenemos unos costes básicos, pero es variable. Por ejemplo, para una empresa productora pequeña con 2 ó 3 productos certificados estaríamos en torno a los 3000 euros anuales, más los costes de la auditoría anual.

Esto es groso modo, porque evidentemente cada empresa los presupuestos se cierran ad hoc, en función de cómo es la empresa, cómo es su mercado, a qué mercado se dirige, si ya exporta o no exporta... por lo tanto está sujeto a muchas variables.

**¿Qué abanico de productos certifica actualmente el Instituto Halal?**

Certificamos prácticamente todo lo que afecta a la cadena alimentaria, excepto los frescos, es decir aquellos que no van metidos en un bote. Por lo tanto podríamos hablar de cualquier producto de alimentación que sea susceptible de llevar la marca, excluyendo aquellos que

son incompatibles (cerdo, derivados de él, alcohol, etc.).

Ya hemos dado el salto en el abanico de productos a certificar, más allá de la alimentación. Desde un producto cosmético, farmacéutico, moda, un gabinete de asesoramiento jurídico, una empresa de comunicación, una ingeniería, etc.

Realmente el abanico en el que podemos estar trabajando con la marca ahora mismo, es bastante amplio.

**Desde la Cámara estamos muy concienciados del potencial del mundo Halal para las empresas que exportan ¿algún consejo que le pueda dar a estas firmas que venden sus productos fuera de España?**



Yo creo que el consejo para Halal y para no Halal es que la empresa tenga una voluntad y una intención de formación permanente, de conocimiento de los mercados a los que se dirige, y si no puede, buscar asesoramiento.

Creo que son conceptos que sirven para todas las industrias, para todos los segmentos y en este concreto de Halal, ya va

habiendo expertos y expertas, además de entidades que pueden ayudar.

Hay iniciativas institucionales como la que existe en Córdoba con respecto al cluster Halal que lo que persigue en definitiva es favorecer que las industrias tengan plataformas de comercialización, tanto a nivel nacional, europeo así como para la exportación propiamente dicha.

La actitud de la empresa debe de ser colaborativa, con una predisposición hacia el reciclaje y la formación permanente, que se asuma y se sea consciente que esto aunque a mucha gente le pueda a sonar algo curioso o raro, no es más que un requisito. No es muy distinto de lo que pueda pedir las peculiaridades del mercado chino, las del mercado ruso o cualquier otro mercado.

# ENCUENTRO INTERNACIONAL La Cámara promociona la joyería cordobesa entre 12 importadores extranjeros

La misión inversa se celebró en el Parque Joyero el 14 y 15 de abril. Se desarrollaron reuniones comerciales y un programa paralelo de actividades para conocer Córdoba. Participaron 29 empresas cordobesas

La Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Córdoba organizó, con la colaboración con la Asociación Provincial de Joyeros, Plateros y Relojeros de Córdoba San Eloy, un Encuentro Internacional de Joyería, que tuvo lugar los días 14 y 15 de abril en las instalaciones del Parque Joyero de Córdoba.

Esta misión inversa, en la que participaron 29 empresas cordobesas y 12

importadores internacionales, se desarrolló como actividad dentro del Programa de Acciones Complementarias de Iniciación de la Cámara de España y con la cofinanciación de los fondos FEDER de la Unión Europea y la Cámara de Córdoba, por lo que para los joyeros participantes el coste es cero. El evento tuvo formato de Showroom y los países invitados fueron Estados Unidos (2 empresas), México (2 empresas),

Colombia (5 empresas), Uruguay (2 empresas) y Sudáfrica (una empresa), donde se contó con la colaboración de las Cámaras Españolas de Nueva York y Miami, la Cámara de Comercio Española en México, la Cámara de Comercio Hispano-Colombiana, la Cámara Oficial Española de Comercio, Industria y Navegación de Uruguay y la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Johannesburgo.

El presidente de la Cámara, Ignacio Fernández de Mesa, destacó en la presentación que “el objetivo de esta misión es promocionar de manera eficaz y directa el sector joyero cordobés para buscar nuevos mercados y contactar con clientes potenciales. Esta acción refuerza la labor de internacionalización que lleva a cabo esta Corporación en su afán de promover las relaciones comerciales entre los distintos países”. Asimismo, señaló que “se estima que se lleven a cabo unos 90 contactos comerciales”.

La exportación cordobesa de joyería ascendió en 2014 a 41,7 millones de euros, lo que supuso el 91,4 % y el 15 % respectivamente de las exportaciones andaluzas y nacionales de este producto. La evolución de las ventas en Córdoba al exterior durante 2014 fue de un 3,12 % más que el año anterior, pero si se elimina la distorsión de la venta de oro usado a Suiza, las ventas de joyería fabricada subieron un 4,9 % en valor.



## Ciudad de joyeros

Por su parte, la presidenta de la Asociación Provincial de Joyeros, Milagrosa Gómez, subrayó “la importancia de esta misión para potenciar y promocionar la marca local fuera de España. La proyección internacional es un factor clave en la joyería para aumentar sus ventas” y ha recalcado que “en este encuentro va a haber un amplio abanico en la oferta joyera”. Además, ha hizo hincapié en que “Córdoba es una ciudad con más de 500 empresas dedicadas a la fabricación y comercialización de joyería, orfebrería, bisutería y relojería con una producción de primer nivel”.

Se realizaron reuniones comerciales y entrevistas personalizadas en el Parque Joyero entre las empresas cordobesas y los importadores extranjeros. En el Parque Joyero también se visitó el Consorcio Escuela de Joyería y el laboratorio de contraste de metales preciosos Ecomep. Además, se realizó un programa paralelo con visitas a los Patios del Palacio de Viana, a la Mezquita-Catedral y a Caballerizas Reales para ver el espectáculo ecuestre.

## Empresas participantes

Las empresas cordobesas participantes fueron Algecor SL, Antonio Millán Gordillo SL, Argentia 925 SL, Arques Joyeros SL, Arte Religioso y Orfebrería Herederos de F. Paula Ruiz SL, Blue Ocean Concept SL, Creaciones Espaliú Berdud SL, Creaciones Soto Navarro SL, F. Valenzuela, Fidda Joyas SL, FMF Joyero 1950 SL, Goldgeous SL, Hijos de Fco. Aragón Carmona SL, J. Manuel García Merina SL, Silvcor, La Petra, Larrea Joyeros SL, MAJ Joyeros Internacional SL, Manuel Ruso Jiménez SL, Manufacturados MCórdoba SL, Obrero Joyeros SL, Perlasur SL, Pie de Rey Designs SL, Prestig Joyas España SL, Rafael Gómez Marín SL, Rafael Guijo SA, Rivas & Estrada Joyeros SLU, Samuga Unión SL y José López García SL.

Por otro lado, los importadores colombianos fueron Vera Joyeros, Diseño y Oro, Platería Ramírez, Imporboker y Joyería Caracas, las empresas de Uruguay son Freccero y Glesur, las firmas estadounidenses son Marcony Accessories y Diastuds, de México participan Joyería Piel de Plata y Joyería Gutiérrez y la firma sudafricana es Caratco.



# EMPLEO Priego acoge la feria "Voy a por Trabajo"

Iniciativa de la Cámara y el Ayuntamiento de Priego a la que acudieron unos 1500 asistentes. Se celebró el 24 de junio en el Pabellón de las Artes del Recinto Ferial Niceto Alcalá Zamora. Se desarrollaron ciclos de conferencias y talleres de coaching y búsqueda de empleo online

**Córdoba 18/06/2015.-** La Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Córdoba y el ayuntamiento de Priego de Córdoba organizaron, a través del Plan Local de Apoyo al Empleo (PLAE), la Feria de Empleo "Voy a por Trabajo", que se celebró con una gran afluencia de público (unos 1500 asistentes) en el Pabellón de las Artes del recinto ferial Niceto Alcalá Zamora de Priego de Córdoba el próximo 24 de junio.

En la inauguración, el presidente de la Cámara de Comercio de Córdoba, Ignacio Fernández de Mesa, destacó que "la Cámara es consciente de la situación de desempleo que existe en la provincia y apostamos por estas iniciativas que ayudan a la mejora económica de Priego. Esta acción se enmarca dentro del Plan Local de Apoyo al Empleo, financiado por el Fondo Social Europeo, y que tiene como finalidad atraer personas al mercado laboral, haciendo

del trabajo una opción real para todos, fomentando la empleabilidad y la inclusión social". Por su parte, la alcaldesa del ayuntamiento de Priego de Córdoba, M<sup>a</sup> Luisa Ceballos, recalcó que "el objetivo de esta feria es promover un punto de encuentro entre el tejido empresarial local, los desempleados, los agentes vinculados al empleo y el público en general con el fin último de fomentar el empleo en Priego y toda la zona sur de la provincia".





Han participado 10 empresas e instituciones: Fuerzas Armadas, Fundación Andaluza San Juan de Dios, Grupo Peña, Ciat, Ofertel, OVB, Cruz Roja, Asociación Centro Comercial Abierto de Priego, Geiss96 y un stand de la Cámara en donde técnicos de la Corporación atendió, a través del programa Aprende a Financiararte, a los emprendedores con ideas de negocio.

#### Ganador del concurso

En la inauguración de la feria se entregó el premio, una tablet, al ganador del I Concurso de Currículum Creativo: “El éxito en tus manos”, que recayó en Francisco José Palacios Bejarano. El primer finalista fue Antonio Cristóbal Huertas. Fernández de Mesa hizo hincapié en que “se han presentado al concurso alrededor de 100 currículum en formatos tan diversos como pdf, blog, enlaces web, mp3. Se ha premiado la originalidad y la capacidad creativa orientada a la búsqueda de empleo”.

#### Programación de actividades

Dentro de las actividades paralelas, se desarrollaron ciclos de conferencias sobre recursos de formación y empleo en la Unión Europea o recursos humanos. Por la tarde se celebró un taller práctico de coaching “El arte de hacer que las cosas pasen” de la mano de Pepe Cabello de la empresa Diamond Building y otro taller sobre búsqueda de empleo online “¿Estás sacando el máximo partido a los nuevos entornos?”, impartido por Graciana González, propietaria y fundadora de la **Agencia de MK online Graciana, Brand’s Smile**. **Hubo lleno absoluto en todas las actividades, ocupándose las 520 plazas que había para asistir a las conferencias y los talleres.**



# REPORTAJE Semana de la Financiación de la mano de la Cámara

En el primer taller, chefs de renombre elaboraron platos mientras relataban su experiencia empresarial y financiera. Se desarrollaron 4 actos más durante esta Semana, que se desarrolló dentro del programa Aprende a Financiar



La Semana de la Financiación, organizada por las Cámaras de Comercio de Andalucía, finalizó con cifras récord de participación: más de 3.500 pymes y autónomos. Del 10 al 15 de mayo, las catorce Cámaras de Comercio, con convocatorias simultáneas en las ocho provincias andaluzas, han organizado 64 actividades (talleres, seminarios, conferencias...), en los que intervinieron un total de 100 expertos. El único objetivo: dar soluciones a pymes y emprendedores para superar uno de los problemas que frenan su competitividad: la falta de financiación.

El presidente de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Córdoba, Ignacio Fernández de Mesa, inauguró el pasado 11 de mayo en la Escuela de Hostelería la I Semana de la Financiación de Córdoba, destacando que “es una iniciativa enmarcada en el programa Aprende a Financiar para ayudar y orientar en la difícil tarea de conseguir financiación para un negocio o proyecto”. Además, subrayó que “desde la Cámara de Córdoba esperamos que todas estas iniciativas puedan ayudar a los participantes a superar uno de los principales obstáculos que

dificultan el desarrollo de iniciativas empresariales, como es el acceso a la financiación y aportemos luz en todo el entramado financiero y bancario, en cuanto a tipos de financiación, productos financieros, alternativas de financiación o recursos estatales y específicos de la Comunidad Andaluza”. Por otro lado, hizo hincapié en que “desde la puesta en marcha del programa pionero en Andalucía Aprende a Financiar, hace nueve meses, en la demarcación de la Cámara de Córdoba son cerca de 2.500 los usuarios (pymes, autónomos y emprendedo-





res) que están registrados y utilizan las herramientas y recursos gratuitos de [www.aprendeafinanciarte.com](http://www.aprendeafinanciarte.com)”. En la presentación, Fernández de Mesa estuvo acompañado por el presidente de Hostecor, Antonio Palacios, que recalcó “la importancia de este tipo de actividades para que los emprendedores se animen a abrir nuevos negocios y apuesten por la hostelería, un sector estratégico en Córdoba”.

### Menú financiero

La Semana de la Financiación en Córdoba comenzó con el taller de Cocina Financiera “¿Cómo financio mis fogones?”. En el acto, Baldomero Gas de Bodegas Mezquita, Periko Ortega del restaurante Recomendando, Gonzalo Fidalgo del restaurante La Tranquera, Sergio Rodríguez del grupo La Carbonería y José M<sup>a</sup> González del restaurante Blanco Enea elaboraron una serie de platos

que conformaron un “Menú Financiero”, ya que durante la ejecución de los mismos hicieron un breve relato a los asistentes de sus proyectos empresariales, especialmente de sus experiencias en cuanto al acceso a las distintas fuentes de financiación empresarial.

Al finalizar el taller, se sirvió un aperitivo a cargo de la Escuela de Hostelería de Córdoba.





### Más actos

Durante el resto de la semana se desarrollaron 4 actos más. En la sede de la Cámara de Comercio se desarrolló el 12 de mayo la sesión emprendedora y financiera “¿Cómo hacer tu sueño realidad?” a cargo de Lourdes Sánchez, dirigida principalmente a emprendedores, en donde se expusieron de forma práctica aspectos claves en la creación de empresas especialmente en cuanto a las distintas fuentes de financiación existentes. Además, se contó con la experiencia emprendedora de Curro Pérez de la empresa Halbury Style ([www.halbury.es](http://www.halbury.es)).

El 13 de mayo le tocó el turno a Oriol Lendínez del área comercial de MicroBank La Caixa. En el taller “El aval puede no ser un problema” expuso las características y acceso a las líneas de microcréditos financieros y sociales de Microbank de La Caixa. El jueves 14 de mayo se celebró un Afterwork de financiación bancaria bajo el título “¿Quieres saber si tu proyecto empresarial es financiable por bancos?” en el Mercado Victoria. A través de la fórmula de “elevator pitch” (exposiciones breves de ideas/proyectos), los asis-

tentes pudieron obtener una primera impresión y aspectos a mejorar sobre la financiación bancaria de sus proyectos empresariales con profesionales de banca de distintas entidades.

Para finalizar, el viernes 15 de mayo en la base militar de Cerro Muriano tuvo lugar el taller práctico “Dossier bancario, el DNI de la financiación bancaria” dirigido al personal militar con un proyecto empresarial para que aprenda a elaborar un dossier bancario.

La Semana de la Financiación está enmarcada en el programa Aprende a Financiarte, programa de la Cámara de Comercio de España con la colaboración del Consejo Andaluz de Cámaras y financiado con fondos FEDER, para facilitar al emprendedor, pyme o autónomo su tarea en la búsqueda de apoyo financiero, de manera que haya sido capaz de trazar un plan con varios escenarios posibles con los que se pudiera encontrar durante las diferentes fases de la puesta en marcha y desarrollo de la empresa. Así, al emprendedor le será más fácil identificar el tipo de producto que mejor se adapte a sus necesidades y decantarse por la modalidad financiera que le aporte los mejores resultados.

### Cámaras, empresas y emprendedores y expertos, unidos en materia de financiación

Cámaras, empresas, emprendedores y expertos en materia de financiación pública y privada se reunieron para debatir y poner en valor la apuesta de estas instituciones por una política global de apoyo a emprendedores, pymes y autónomos creando las condiciones necesarias para la consecución de un tejido empresarial fuerte y competitivo.

A través de [aprendeafinanciarte.com](http://aprendeafinanciarte.com), las Cámaras se han posicionado como un socio estratégico para las pymes, autónomos y emprendedores en materia de financiación. Así, en este portal, las Cámaras han integrado en un mismo espacio toda la oferta de financiación pública y privada que existe en España para pymes, autónomos y emprendedores, a la vez que ofrece herramientas de diagnóstico para conocer su situación financiera, el riesgo bancario o mejorar su posición negociadora con los bancos, a través del dossier bancario que pueden presentar directamente a la entidad.



### LA SEMANA DE LA FINANCIACIÓN EN CIFRAS

- ✓ 3.500 PARTICIPANTES
- ✓ 14 CÁMARAS DE COMERCIO Y EL CONSEJO ANDALUZ
- ✓ 8 PROVINCIAS ANDALUZAS
- ✓ 5.000 CORREDORES EN LA CARRERA POPULAR
- ✓ CONCURSO DE EMPRENDEDORES: 70 PROYECTOS PRESENTADOS,  
✓ 10 FINALISTAS, 1 GANADOR (APP ESPORTI REVOLUTION)
- ✓ 30 TALLERES
- ✓ 14 PRESENTACIONES
- ✓ 20 SEMINARIOS
- ✓ 100 EXPERTOS
- ✓ 3 PONENCIAS MAGISTRALES DE FRAN ESTEVAN, BORJA VILASECA Y GAY DE LIÉBANA

De La **RUBIA** RICOH  
*tu socio tecnológico*

**Oferta**  
**en pago**  
**por uso**

**Copiadoras**  
**en alquiler**  
**y renting**

Polígono Tecnocórdoba, parc. 61  
14014 Córdoba

**957 257 250**



**RICOH**



Esta revista está impresa con la prensa digital PROC7501

# INSTITUCIONAL La Lonja de la Cámara debate sobre el mercado de los cereales y las oleaginosas

Se trató sobre el cultivo del girasol, las nuevas variedades de trigo duro y el mercado del cereal ante la próxima cosecha 2015

La Lonja de Contratación de Productos Agrarios de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Córdoba, en colaboración con Asaja Córdoba y el patrocinio de la Fundación Caja Rural del Sur, celebró el pasado 29 de abril una Mesa redonda técnica del sector agroalimentario centrada en los cereales y oleaginosas en la sede de la entidad cameral.

La inauguración de la jornada corrió a cargo del presidente de la Cámara de Comercio de Córdoba, Ignacio Fernández de Mesa, el vicepresidente de Caja Rural del Sur, Ricardo López-Crespo, el primer teniente de alcalde del Ayuntamiento de Córdoba, Rafael Navas, y el delegado de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente

en Córdoba de la Junta de Andalucía, Francisco Zurera. Fernández de Mesa destacó que “esta jornada gratuita se ha celebrado para dar a conocer a los asistentes la situación actual del mercado de los cereales y oleaginosas y debatir sobre los retos y oportunidades de negocio del mundo agroalimentario”. Además, hizo hincapié en que “la Lonja de la Cámara es un referente en España y fuera de España”. Por su parte, Zurera recalcó que “existen 150 mil hectáreas de superficie cultivada de cereales en Córdoba y la producción final de cereales y oleaginosas es de 120 millones de euros”.

El objetivo de este encuentro fue dinamizar y promocionar un pilar funda-

mental de la economía cordobesa, como es el sector agroalimentario, y ofrecer a los asistentes casos de éxito de empresas agroalimentarias de renombre como Barrilla, Pastas Gallo o Vilafranquina, que han ofrecido sus experiencias profesionales en la mesa redonda.

La primera intervención la realizó el responsable de compras de girasol de Migasa, José Olivero, en donde trató el cultivo del girasol, la situación y perspectivas. Por otro lado, el profesor titular de Cultivos Herbáceos de la ETSIAM, Mariano Fuentes, expuso en su ponencia las nuevas variedades de trigo duro, su calidad y producción.

En la mesa redonda, el jefe de Compras de Vilafranquina de la Zona plana de Cádiz, Cirilo Sánchez, el jefe de Compras de Pastas Gallo, Javier Villafuerte, el jefe de Compras para Europa de Barilla, Cesare Ronchi, y el director de Cultivos Herbáceos de Cooperativas Agro-Alimentarias, Antonio Catón, debatieron sobre el mercado de los cereales ante la próxima cosecha. Este grupo de expertos trató la necesidad de abordar las posibilidades de concentración de la oferta y la mejora de la comercialización. Para finalizar, el subdelegado del Gobierno en Córdoba, Juan José Primo Jurado, fue el encargado de la clausura destacando que “este tipo de iniciativas realizadas por la Lonja de Contratación de Productos Agrarios de la Cámara de Comercio de Córdoba fortalece la posición de los productos en la cadena de comercialización y mejora la transparencia en este sector. Hay que apoyar al sector cerealista cordobés”.

En este encuentro han colaborado Foss, Migasa, el Ayuntamiento de Córdoba, la Fundación Agrópolis, Covap y D.O. Montilla Moriles.



# INSTITUCIONAL El presidente de la Cámara inaugura una jornada del Ministerio de Defensa

Se desarrolló un panel de investigación y un panel de empresas. El objetivo del encuentro ha sido dar a conocer a las empresas cordobesas de base tecnológica las necesidades e intereses del Ministerio de Defensa

La sede de la Cámara de Comercio de Córdoba acogió el pasado 19 de abril la jornada “MINISDEF-EMPRESAS E INVESTIGADORES DE CÓRDOBA”, una iniciativa conjunta entre la Subdirección General de Planificación, tecnología e Innovación de la DGAM y el Ayuntamiento de Córdoba a través del Instituto Municipal de Desarrollo Económico y Empleo de Córdoba (IM-DEEC), contando para su organización con la Subdelegación de Defensa en Córdoba y la colaboración de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Córdoba.

La inauguración corrió a cargo del alcalde del ayuntamiento de Córdoba, José Antonio Nieto, el subdelegado de Defensa en Córdoba, Nicolás de Bari Millán, y el presidente de la Cámara de Córdoba, Ignacio Fernández de Mesa.

Fue un foro de intercambio de información, necesidades y soluciones entre las empresas de base tecnológica y Ministerio de Defensa. Lo que se ha pretendió con el desarrollo del panel de empresas y el panel de investigación fue:

- Fomentar el conocimiento sobre los aspectos tecnológicos (nuevas

tecnologías, tecnologías prioritarias, críticas, etc) de interés

- Orientar a la base tecnológica industrial sobre las necesidades e intereses del Ministerio de Defensa. Informar sobre las actividades y programas nacionales e internacionales relacionados
- Soluciones futuras: I+D+i. Líneas de trabajo en investigación tecnológica con potencial interés para futuros sistemas. Proporcionar sinergias y futuras colaboraciones



# INSTITUCIONAL La Cámara da a conocer las oportunidades de negocio en la ecoinnovación

Se desarrollaron dos mesas redondas sobre rehabilitación urbana y espacios para la competitividad y el desarrollo de negocio

El Consejo Andaluz de Cámaras, en colaboración con la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Córdoba, celebró el pasado 6 de mayo la jornada gratuita “Oportunidades de negocio en la ecoinnovación: construcción sostenible y rehabilitación energética como oportunidad de negocio”.

ble de Innovación del Consejo Andaluz de Cámaras, Amaya Nieto, subrayó que “desde las Cámaras andaluzas hemos apostado siempre por la innovación y es una iniciativa para que los asistentes podáis identificar nuevas oportunidades de negocio en ecoinnovación en aquellos sectores afectados por la crisis”.

tencia de nuevas formas de financiación dentro del marco europeo 2014-2020 y ejemplos de casos prácticos de empresas que “ecoinnovando” se han convertido en referentes internacionales como ECOAVANTIS, Grupo PUMA, Spain Green Building Council o WORLD-METOR SLU. En la mesa redonda so-



El responsable del Área de Innovación de la Cámara de Córdoba, Luis Díaz, destacó en la inauguración que “sostenibilidad, eficiencia energética y términos relacionados impactan directamente en los conceptos modernos de construcción, desarrollo urbano y edificación y rehabilitación sostenible y abren la puerta a desarrollar nuevas ideas a través de las cuales las empresas se puedan hacer diferenciales y encontrar nuevos nichos de mercado”. Por su parte, la responsa-

A través de la ponencia inaugural “La rehabilitación eficiente de edificios como actividad empresarial”, impartida por el coordinador Territorial Sur de la Asociación de Empresas de Rehabilitación y Reforma (ANERR), Francisco Martín, y de la celebración de dos mesas redondas sobre rehabilitación urbana y espacios para la competitividad y el desarrollo de negocio se mostró a las pymes cordobesas cómo pueden identificar nuevos nichos de mercado en su actividad, la exis-

bre rehabilitación urbana como motor de desarrollo económico y activación de empleo participaron el director de la Fundación CIAC (Centro de Innovación Andaluz para la Construcción Sostenible), José Manuel Lloris, Luis de Olmedo del Colegio Oficial de Aparejadores y Arquitectos Técnicos de Córdoba, y el director de Financiación y Fomento Empresarial de la Agencia IDEA de la Junta de Andalucía, Juan Antonio Delgado.

# INSTITUCIONAL Primer Coffee & Jobs de la mano de la Cámara y CIC Batá

En el encuentro participaron 15 empresas y 15 candidatos. Es una iniciativa de la Cámara de Comercio de Córdoba y la asociación CIC Batá, con la colaboración de la Fundación Bancaria “La Caixa”, para contribuir a la integración socio-laboral de las personas desempleadas

La Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Córdoba y la asociación CIC Batá, con la colaboración de la Fundación Bancaria “La Caixa”, celebraron el pasado 13 de mayo el primer Coffee & Jobs en el restaurante El Taller de tu Cocina para contribuir a la integración socio-laboral de las personas desempleadas de Córdoba a través del proyecto “Empléate en la red” (<http://empleateenlarede.cicbata.org/>).

El responsable del área de Empleo de la Cámara, Eduardo Collantes, destacó

en el acto de apertura que “hay que fomentar la empleabilidad desde las instituciones y la Cámara es muy consciente de la importancia que tienen proyectos de estas características que van a favorecer a la inserción laboral de los beneficiarios de este nuevo servicio. Los Coffee & Jobs permiten un encuentro en un ambiente distendido sin las formalidades de una entrevista de trabajo. Hemos unido a los participantes para que puedan mantener entrevistas de 5 minutos con un café en la mano con los entrevistadores”.

En este encuentro de trabajo participaron 15 empresas cordobesas y 15 candidatos en busca de prácticas laborales. Los participantes del programa “Empléate en la red” mantuvieron entrevistas con todas las empresas allí presentes, que fueron Todoconductos, Proymer, Ofertel, La Perla, Bodegas Mezquita, Emsa Seguridad, Yeguada Alborán, Aicor, Alphil Psicólogos, Vista Alegre, OVB, Ecoavantis, Citec-Universidad de Córdoba, A3m y Punto JS.



# INSTITUCIONAL La Cámara analiza el turismo de compras

El taller se enmarca dentro de la III edición del Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista 2015

La Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Córdoba celebró el pasado 11 de junio en su sede el taller gratuito “Una nueva oportunidad para vender: El turismo de compras”, enmarcado dentro del Plan Integral de Apoyo al Comercio Minorista 2015 desarrollado por las Cámaras, impulsado por la Secretaría de Estado de Comercio del Ministerio de Economía y cofinanciado con fondos FEDER.

El responsable de Innovación y Comercio de la Cámara, Luis Díaz, destacó en la inauguración que “el objetivo de este tipo de talleres es dar a conocer la irrupción en el mercado de este nuevo modelo de turista y ofrecer a los asistentes pautas básicas para adaptar su modelo comer-

cial local hacia este segmento”.

El primero en intervenir fue el socio director de Rurápolis, Miguel Ángel Molinero, que expuso un informe sobre Córdoba como destino turístico de compras centrado en la joyería, la moda, la artesanía y los productos agroalimentarios. Molinero resaltó que “ha sido una iniciativa del ayuntamiento que ha permitido definir el perfil de clientes objetivo para el turismo de compras y las características que deberían de tener los productos turísticos para este sector”.

La jornada, dirigida a medianas y pequeñas empresas con presencia en zonas turísticas de la provincia, empresarios y directores de negocio, emprendedores del sector comercial minorista y gestores

de zonas comerciales urbanas y equipamientos municipales, fue impartida por el arquitecto y experto en marketing digital, posicionamiento y mejora de estrategias competitivas de marcas y pequeñas empresas, Nicolás Millán, de Arqweb, quien expuso una visión general de esta tendencia, explicando en profundidad el perfil del turista de compras, cómo actúa, qué busca y sus intereses particulares en los destinos. Para el ponente, es fundamental conocer las particularidades de este visitante, sus ritmos y gustos, para poder adecuar la oferta de los negocios locales a sus intereses. Asimismo, se mencionaron casos concretos de actuales destinos que potencian el turismo de compras como Barcelona, Londres, París, Ámsterdam o Roma.



# INSTITUCIONAL Primer Pleno de la Cámara con los 13 vocales nuevos

Se aprobó la liquidación presupuestaria de ingresos y gastos correspondiente a las cuentas de la Corporación de 2014. Elegido Antonio Díaz como vocal segundo del comité ejecutivo

La Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Córdoba y la asociación CIC Batá, con la colaboración de la Fundación Bancaria “La Caixa”, celebraron el pasado 13 de mayo el primer

en el acto de apertura que “hay que fomentar la empleabilidad desde las instituciones y la Cámara es muy consciente de la importancia que tienen proyectos de estas características que van a favo-

En este encuentro de trabajo participaron 15 empresas cordobesas y 15 candidatos en busca de prácticas laborales. Los participantes del programa “Empléate en la red” mantuvieron entrevistas



Coffee & Jobs en el restaurante El Taller de tu Cocina para contribuir a la integración socio-laboral de las personas desempleadas de Córdoba a través del proyecto “Empléate en la red” (<http://empleateenlarede.cicbata.org/>).

El responsable del área de Empleo de la Cámara, Eduardo Collantes, destacó

recer a la inserción laboral de los beneficiarios de este nuevo servicio. Los Coffee & Jobs permiten un encuentro en un ambiente distendido sin las formalidades de una entrevista de trabajo. Hemos unido a los participantes para que puedan mantener entrevistas de 5 minutos con un café en la mano con los entrevistadores”.

tas con todas las empresas allí presentes, que fueron Todoconductos, Proymer, Ofertel, La Perla, Bodegas Mezquita, Emsa Seguridad, Yeguada Alborán, Aicor, Alphil Psicólogos, Vista Alegre, OVB, Ecoavantis, Citec-Universidad de Córdoba, A3m y Punto JS.

## ENTREVISTA

# Gabriel Prieto Sarriá

### NOMBRE Y APELLIDOS

Gabriel Prieto Sarriá

### NOMBRE DE LA EMPRESA TODOCONDUCTOS

### CARGO EN LA EMPRESA

Socio

### SECTOR

Metal

### FECHA DE CREACIÓN DE LA EMPRESA

15 de Enero de 2015

### PÁGINA WEB

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

### DIRECCIÓN DE LA SEDE DE LA EMPRESA

Avda. Chinales, nº 60

### TELÉFONO

957040049

### E-MAIL

[gabrielprieto@todoconductos.com](mailto:gabrielprieto@todoconductos.com)

### REDES SOCIALES

Facebook ([www.facebook.com/todoconductos](http://www.facebook.com/todoconductos)),  
twitter (@TodoConductos) y linkedin. Todo

### ¿Qué le motivó a emprender su propio negocio?

El sueño de crear una empresa cordobesa, con trabajadores cordobeses junto a mi compañero de viaje en esta aventura Pedro José Casado, unido a la ilusión de crear algo nuestro partiendo de la nada, además de ser parte importante de las vidas de otras familias ayudando con puestos de trabajo.

### ¿Cómo definiría TodoConductos?

Es una empresa que va abriéndose hueco en el mercado. Compuesta por profesionales con muchos años de experiencia, combinado con personal joven con muchas ganas de aprender, que hacen de ésta una empresa formal y seria con su trabajo.

### ¿Cuántas personas tiene en plantilla?

Actualmente tenemos a quince personas en plantilla, de las cuales dos de ellos pertenecen al PICE.

### Colabora con la Cámara de Comercio en programas de empleo como las becas Leonardo da Vinci o el PICE ¿Cómo está siendo la experiencia?

La experiencia con la beca Leonardo da Vinci ha sido muy gratificante tanto para Philips como para nosotros. Estamos muy agradecidos por su dedicación y su interés a la hora de trabajar y de conocer cada detalle que le enseñábamos, estamos seguros que le espera un gran futuro. Con respecto al PICE, no podríamos estar más contentos.

TodoConductos es una empresa cordobesa dedicada a la fabricación y comercialización de productos para ventilación y aire acondicionado, ventiladores, rejillas, aislamientos para conductos, lonas anti vibratorias y en especial a todo tipo de conductos de chapa galvanizada, aluminio e inoxidable.

Tenemos con nosotros a dos personas en plantilla, Q.C.A. y D.D.B., que nos demuestran cada día su esfuerzo y sus ganas de trabajar. Por las dos partes deseamos que siga así durante muchísimo tiempo. Sin este programa no podríamos haberlos conocido.

### ¿Qué destacaría del asesoramiento empresarial y la ayuda recibida por la Cámara a la hora de montar su empresa?

Nos ha servido de mucha ayuda, puesto que se han volcado con nosotros y nos han ido guiando en los pasos a seguir.

### ¿Qué valor añadido ofrecen sus productos con respecto a la competencia? ¿Por qué la gente elige TodoConductos?

En tan poco tiempo que llevamos en el sector, disponemos ya de un certificado de estanqueidad, realizado por la prestigiosa empresa española Applus+, muy superior a la mayoría de los fabricantes, donde otros han conseguido este nivel con conductos de 1000x250, TodoConductos lo ha logrado con dimensiones de 1780x900. Éste no es el único motivo por el que tienen que elegirnos sino que además, disponemos de personal muy cualificado que hará todo lo posible por facilitar el trabajo a nuestros clientes y ofrecerles lo mejor en cada cosa que hagamos.

### ¿Qué tres cualidades considera imprescindibles para ser un buen empresario?

- 1- **Constancia:** no desfallecer nunca, por muy duro que amanezca un día, al final siempre llega el siguiente y seguro que será mejor.
- 2- **Honestidad:** intentar ayudar al cliente poniéndote siempre en su lugar, a la larga es lo que hace una relación duradera.
- 3- **Ambición:** luchar por crecer pasito a pasito, no conformarse con lo ya conseguido.



## ENTREVISTA

# Lourdes Gómez Fernández y Ludwig Wagner

### NOMBRE Y APELLIDOS

Lourdes Gómez Fernández y Ludwig Wagner

### NOMBRE DE LA EMPRESA

CORTEC, Industrial Solutions S.L.

### CARGO EN LA EMPRESA

Gerentes

### SECTOR

Mecanizado Industrial

### FECHA DE CREACIÓN DE LA EMPRESA

4 de Noviembre de 2004

### PÁGINA WEB

[www.cortec-is.com](http://www.cortec-is.com)

### DIRECCIÓN DE LA SEDE DE LA EMPRESA

C/Suecia, 119. Polígono Industrial TecnoCórdoba, 14014 de Córdoba.

### TELÉFONO

957326810

### E-MAIL

[cortec@cortec-is.com](mailto:cortec@cortec-is.com)

CORTEC, Industrial Solutions S.L. es una empresa especializada en todas las técnicas de mecanización. Cuenta con unas instalaciones de más de 1.000 metros equipadas con maquinaria de última generación, varios tornos de control numérico y centros de mecanizado CNC, todo tipo de maquinaria convencional, tornos de hasta 6 metros, fresas, taladros, prensas... Además, cuenta con varias máquinas de soldadura, plegadora... Ofrec la fabricación de todo tipo de componentes mecanizados, asesoramiento técnico, soluciones individuales, desarrollo, diseño (SolidWorks, CadCam), y mantenimiento en general. Mecanizan todo tipo de metales: acero, acero inoxidable, aluminio, cobre, latón, bronce,... y materiales sintéticos, como nylon, acetal, polietileno...

### ¿Cómo definiría CORTEC?

Cortec es una empresa de mecanizados que ha apostado desde el principio por realizar importantes inversiones en maquinaria de última generación y en la formación constante de nuestro personal, para aportar al

mercado soluciones eficaces y trabajos de alta precisión en todas las técnicas de mecanizado. Trabajamos bajo pedido. Casi todo aquel que fabrique algo es susceptible de ser cliente nuestro. Por ejemplo, un fabricante de cerveza produce su producto, pero necesita que alguien le fabrique todo tipo de componentes y maquinaria, tanques, plantas de envasado...

de prácticas y que terminaron formando posteriormente parte de la plantilla; somos de la opinión de que es importantísimo ofrecer oportunidades de empleo a nuestros jóvenes y aprovechar estos programas para seleccionar futuros miembros de nuestra plantilla. Desde nuestro punto de vista, estos programas son demasiado cortos y tan sólo permiten que nos quedemos con una pequeña esencia, pero en definitiva, suponen



### ¿Quiénes son sus principales clientes?

Le mencionaré tan sólo algunos entre los que destacaría ABB, Siemens, Cunext, Cervezas Alhambra...

### ¿Dónde exportan sus productos?

Directamente exportamos nuestros productos a Alemania, Austria, Hong Kong y Taiwan e, indirectamente, el 75% de nuestra fabricación se destina indiferentemente a multitud de países de Asia, Latinoamérica, África y Europa.

### Colabora con la Cámara de Comercio en programas de empleo como las becas Leonardo da Vinci ¿Cómo está siendo la experiencia?

Somos miembros de las Cámaras de Comercio Austria y Alemana en España y, por supuesto, de la Cámara de Comercio de Córdoba, con la que colaboramos en algunos programas. Entre ellos, colaboramos con los programas de empleo de las becas Leonardo da Vinci. Nuestra empresa siempre ha apostado por la formación y, de hecho, en gran parte está formada por alumnos que en su día asistieron a programas

experiencias enriquecedoras para ambas partes. Creo que los alumnos que vienen se hacen una pequeña idea del funcionamiento de las empresas en otro país diferente al suyo y, por nuestra parte, se crean lazos simpáticos entre personas que han recibido su formación en diferentes países y con diferentes culturas que, al ponerlas en común, resultan positivas en todos los aspectos.

### ¿Qué valor añadido ofrecen sus productos con respecto a la competencia?

Contamos con una importante inversión en maquinaria de última generación, que además vamos ampliando continuamente. Nuestro personal está debidamente formado para desarrollar los trabajos de la forma más eficaz, aportando al cliente una alta calidad y precisión y tiempos de desarrollo más cortos, lo que se traduce en resultados más óptimos para los trabajos que realizamos.

### ¿Qué tres cualidades considera imprescindibles para ser un buen empresario?

Constancia, perseverancia y saber escuchar y atender constantemente las necesidades y opiniones de los clientes y los empleados.

# COMERCIO Abierta la convocatoria 2015 al comercio minorista del programa Diagnóstico Punto de Venta

Enmarcada dentro del Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista 2015. El plazo para realizar la solicitud es hasta el 13 de noviembre o hasta agotar plazas



La Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Córdoba ha abierto la convocatoria del programa Diagnóstico Punto de Venta (DPV), enmarcada dentro del Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista 2015. La Secretaría de Estado de Comercio del Ministerio de Economía y Competitividad vuelve a contar con las Cámaras para desarrollar este Plan tras los excelentes resultados de los dos años anteriores. El Plan Integral está cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional y la propia Secretaría mencionada siendo gratuito para el comerciante minorista.

Las distintas líneas en las que participa la Cámara de Córdoba son Diagnóstico Punto de Venta e innovación comercial, dinamización de Centros Comerciales Abiertos y talleres formativos.

En el caso de la línea Diagnóstico Punto de Venta e innovación comercial, el plazo para realizar la solicitud será hasta el próximo 13 de noviembre o hasta agotar plazas las cuales se otorgarán por orden de entrada de la solicitud en el Registro de la Cámara cumpliendo los requisitos.

## ¿Qué es el DPV?

A través del DPV, un técnico especia-

lista realiza un profundo análisis sistematizado de distintos aspectos del establecimiento comercial con el fin de conocer su gestión comercial y sus puntos fuertes y débiles en siete áreas clave del negocio. En base a dicho análisis, se proporciona al comerciante una serie de recomendaciones para la renovación y la optimización de la gestión de su establecimiento comercial. Durante el proceso de realización del Diagnóstico, se estimula al empresario para que realice una reflexión, de forma asistida por el técnico especialista, sobre su propio negocio.

## ¿Qué áreas se analizan de mi negocio?

El diagnóstico DPV se centra en la valoración de siete aspectos clave en la gestión del punto de venta:

- **Características generales del comercio**
- **Entorno comercial y factores de atraktividad y competencial**
- **Imagen externa del establecimiento comercial**
- **Imagen interna del establecimiento comercial**
- **Gestión del punto de venta**
- **Marketing y comunicación**
- **Política comercial y gestión financiera**

## Destinatarios

Este servicio se dirige a autónomos, microempresas y pymes del sector co-

mercial minorista que cuenten con un, al menos, un establecimiento comercial o punto de venta físico. Por tanto, las empresas que quieran participar deberán pertenecer a alguno de los epígrafes de actividad del CNAE-2009, Grupo 47 o, si son empresarios individuales, estar dados de alta a efectos del IAE en los epígrafes 64,65 ó 66.

## ¿Cómo se desarrolla y cuánto dura?

Para iniciar el proceso, deberá firmar un documento de adhesión al programa que le facilitará su Cámara. A partir de ahí, se le asignará un técnico consultor que se pondrá en contacto con usted para explicarle en que va a consistir el proceso de trabajo. La realización de los diagnósticos corre a cargo de técnicos de las Cámaras.

El procedimiento está sistematizado y consiste en la toma de datos por parte del consultor mediante un cuestionario, lo que supone que el técnico le visite dos o tres veces en el comercio, sin que esto le vaya a suponer interferencias en su negocio. El consultor le solicitará la información adicional que necesite para realizar el análisis. Como resultado del trabajo, el consultor le hará entrega de un completo informe con el resultado del diagnóstico y las recomendaciones de mejora propuestas.

El tiempo necesario para completar el trabajo dependerá de distintos factores, pero puede situarse entre mes y mes y medio.

Para más información:

[www.camaracordoba.com](http://www.camaracordoba.com)  
957 296 199



logo



Cada día es más importante tener una imagen que hable tan bien de tu empresa como lo haces tú.

En *papiro* podemos ayudarte porque además de ser un centro de impresión con la última tecnología, también somos agencia de publicidad.

Renueva la imagen de tu empresa

imagen corporativa + impresión. **390€**

**papiro**  .es  
centro de impresión y diseño



**300 tarjetas** 2 caras laminadas  
**250 folios** A4 papel 120 gr.  
**50 subcarpetas** 300 gr.



diseño **logo**  
diseño de **papelería**  
imagen **redes sociales**

Ronda de los Tejares, 18 (pasaje a Reyes Católicos)  
**957 48 46 56**  
[papiro.es](http://papiro.es) / [info@papiro.es](mailto:info@papiro.es)

