

# Cámara

## Córdoba

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

### Éxito rotundo del Foro de Empleo y Formación



Nº 02 // Mayo-Junio 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

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

## Sumario

3-6

### OPINIÓN

*Editorial*

*Firma invitada: Mariano Aguayo*

*El experto opina: Juan Gamero y Lucio A. Muñoz*

7

### ¿QUIÉNES SOMOS?

*El nuevo modelo de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba*

8-9

### INSTITUCIONAL

*La Cámara acerca la música a la sociedad cordobesa*

*La Cámara y Comercio Córdoba piden que se mantengan los horarios comerciales*

*La Cámara pone al día a las empresas en la reforma fiscal*

10-11

### FORO DE EMPLEO Y FORMACIÓN

*FEF, masivo punto de encuentro entre empresas y desempleados*

12-13

### ENTREVISTA

*Entrevista al Gerente de CRUZBER SA, Gregorio Cruz*

14-15

### MARKETING

*Marketing online: el éxito de tu negocio*

16

### EMPRENDIENDO CON LA CÁMARA

*Casos de éxito de emprendedores con ideas brillantes*

17

### PUBLICACIÓN CERTIFICADA

*La Cámara ofrece a las empresas de su demarcación la Publicación Certificada*

18

### EXPORTACIÓN

*Diccionario para la exportación (II)*

19

### LA CÁMARA RESPONDE

*Respuestas a consultas de los empresarios*

Cámara  
Córdoba

**Presidente:** Ignacio Fernández de Mesa y Delgado  
**Secretaría General:** Carmen Gago  
**Gerente:** Francisco Javier Castillo  
**Edita:** Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba  
**Directora:** Ana Perea  
**Redacción y Coordinación:** Área de Comunicación

**Sede cameral:**  
C/. Pérez de Castro, 1  
14003 Córdoba (España)  
**Teléfono:** 957 29 61 99  
**Fax:** 957 20 21 06  
**Página web:** [www.camaracordoba.com](http://www.camaracordoba.com)

**Diseño y Maquetación:** Fotograbados Casares S.L.  
**Imprime:** Fotograbados Casares S.L.  
**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



“La recompensa del trabajo bien hecho es la oportunidad de hacer más trabajo bien hecho”

**George Marshall**

(Militar y político norteamericano)



## Editorial { **Cámara** Córdoba

La Cámara de Comercio de Córdoba tiene a disposición de sus usuarios una serie de servicios y herramientas para la búsqueda de empleo. Desde el departamento de Desarrollo Empresarial, Formación y Empleo se ofrece, entre otras cosas, asesoramiento para la creación de empresas fomentando el emprendimiento, orientación laboral, prácticas profesionales y dos bolsas de empleo gratuitas. Todo esto demuestra el apoyo que brinda nuestra institución a los desempleados y a las personas que quieren realizar una mejora de empleo.

Muestra de la importancia que le damos a esta materia, con las cifras de paro que estamos atravesando, es el Foro de Empleo y Formación que organizamos en el Patio Blanco de la Diputación los pasados 13 y 14 de junio con un éxito rotundo, ya que asistieron más de 12.000 personas. Fue un punto de encuentro y un marco inmejorable entre desempleados y empresas, un evento en donde se encontraron los trabajadores en busca de salidas profesionales y las empresas interesadas en entrar en contacto con estos colectivos y encontrar nuevos talentos para sus negocios de una manera efectiva. En este evento, en donde tuvo cabida la búsqueda de empleo, el emprendimiento y la oferta formativa, se demostró el valor que le damos al reciclaje profesional y a la responsabilidad social corporativa, para que nuestros jóvenes y futuros emprendedores conozcan los pilares de una buena empresa.

Atravesamos una época delicada, marcada por el paro y la falta de reactivación económica. Con iniciativas como esta aportamos nuestro granito de arena apoyando a los desempleados a conocer nuevas formas de búsqueda de empleo y fomentando el encuentro entre todos los agentes y empresas implicados en el crecimiento económico de Córdoba y provincia.

Síguenos en:



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

# De ventas por Costa Rica y Panamá



**Mariano Aguayo**  
Mariano Aguayo Abogados

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

La Cámara de Comercio de Córdoba está empeñada en seguir sirviendo a los empresarios de Córdoba contra viento y marea. Y lo está consiguiendo día tras día.

Liderados por Ignacio Fernández de Mesa nos fuimos a Centroamérica. Costa Rica el norte, feliz viejo pobre y Panamá el sur, inquieto nuevo rico.

Costa Rica, como los ticos se encargan de demostrar, es pura vida. Para los que nos gusta lo verde es el país en que la naturaleza reina sobre la civilización. El país es un parque natural, un monumento a la naturaleza. Es un país renaciendo a la vida y con todos los negocios por hacer.

Con una estructura burocrática compleja, pero con unos recursos naturales que impulsan al estado a crecer, con un déficit en infraestructuras que va a dar negocio en los próximos años a los que apuesten por este maravilloso y pacífico país verde.

Las posibilidades de encontrar nuevos campos es muy grande, el grupo de jóvenes y no tan jóvenes empresarios disfrutamos vendiendo nuestras ideas y recibiendo con cariño las ideas de los que ya llevan años implantados en

esta vieja democracia. Es fundamental escuchar siempre, pero más cuando quieres contar con la complicidad de los nativos.

La misión comercial ha sido muy interesante. Han sido muchas las reuniones y los contactos. Agendas abarrotadas en sesiones de dos en dos horas. Como de una gimkana se tratara, un taxista nos esperaba en la puerta al amanecer cada mañana para vender nuestras ilusiones a los tranquilos y reposados costarricenses. A veces hasta escépticos de nuestras ganas de emprender.

San José es una urbe anárquica, donde casi dos millones de personas conviven en una ciudad sin orden ni altura. No hay prisa, no hay camino preestablecido, toda la vida por delante. Los chinos para congraciarse con el país, tras el desaire a Taiwán se entretuvieron en regalarles un estadio olímpico de diseño futurista. Pero ha sido una apuesta más política que económica la que ha hecho el monstruo chino sobre la joya verde de Centroamérica.

Los empresarios de la misión desgranaron sus visitas, consiguiendo un conocimiento personal del país y sus negocios imprescindible para emprender. Como diría uno de los mejores escritores cordobeses del siglo XX, nuestro querido Juan Luis González Ripoll en Los Hornilleros, unos se fueron llamando a otros y así se asentaron las familias en Las nuevas tierras.

Que nadie se crea que en ningún sitio se atan los perros con longanizas, pero allí ahora hay vida, mucha vida por delante y a los que nos gusta pelear cada día nos atraen estos retos.

Gracias al apoyo de la Cámara nos prepararon un calendario apretado de entrevistas cada uno con interlocutores del perfil escogido. Yo me he rastrillado todas las consultorías y des-



pachos de abogados de prestigio, buscando seguridad para mis clientes en la aventura americana.

En Panamá el desorden urbanístico también sube hasta el cielo. Por resumir, Panamá City es Nueva York si miras hacia el cielo y Nueva Dheli si miras hacia la tierra. Allí el gobierno se ha lanzado a una frenética campaña de contratación de obra pública. La ampliación del canal, el metro, muchos hospitales, ampliación de aeropuerto, etc etc..... Donde junto a las grandes contratas tienen sitio las subcontratas y sus flecos, que son de millones y millones de euros.

Cuidado que hay que analizar, escuchar, conocer los raíles antes de comprar el tren. Pero para los muchos y buenos empresarios cordobeses que se encuentran cansados de convivir en España con la situación actual es un soplo de aire fresco.

Después de unos intensos días, cansancio y satisfacción, agendas llenas de ilusiones y la convicción de que el que no lo intenta es el que nunca lo conseguirá.

# Es fundamental aprender a reinventarse



Juan Gamero

Propietario y director de Gurumelo Comunicación y Heracles Córdoba  
www.gurumelo.es - www.heracles.es

www.gurumelo.es - www.heracles.es



En los tiempos que corren reconozco que no es nada fácil apostar por la creación de una nueva empresa. Hay mucha incertidumbre y reina una atmósfera de pesimismo que quizás es lo que más nos frena a todos. Sin embargo, es un hecho que el mercado laboral hoy ofrece pocas oportunidades y es fundamental aprender a reinventarse y pienso que apostar por la creación de una empresa propia como es mi caso, puede ser para muchos sin duda una buena alternativa.

Mi carrera profesional se desarrolló a lo largo de los últimos veinte años al frente de una reconocida agencia multinacional de publicidad líder en Andalucía. Un largo periodo que me enseñó mucho de la profesión y tras el que comprendí que era el momento de dar el gran salto. Siempre quise tener algo propio y gracias al apoyo de antiguos clientes, proveedores y por supuesto

de mi familia, decidí dar el paso y por circunstancias de la vida finalmente terminé montando no una sino dos empresas el año pasado.

Como era natural después de tantos años en el mundo de la comunicación, mi primera apuesta fue crear mi propia agencia de publicidad a la que bauticé como **Gurumelo Comunicación**, en honor a las setas típicas de Paymogo, mi pueblo natal. Y ha sido una gran satisfacción y un motivo de orgullo ver como desde el primer momento confiaron en nosotros clientes como el Palacio de Congresos de Sevilla, Procosur y el Ayuntamiento de Córdoba, entre otros.

Con sede en Sevilla y Córdoba, desde Gurumelo ofrecemos todo tipo de servicios de comunicación tanto a nivel nacional como internacional, ya que cada vez es más frecuente que empresas españolas que están implantándose en el extranjero precisen de nuestro apoyo para comunicar eficazmente en estos mercados. Todos estamos en la búsqueda de nuevas oportunidades y nosotros tenemos experiencia trabajando para clientes con marcas internacionales y es algo con lo que estoy especialmente familiarizado, ya que estuvimos varios años llevando la comunicación de Extenda, Agencia Andaluza de Promoción Exterior. Poder colaborar con los procesos de internacionalización de las empresas españolas nos enriquece muchísimo y para los empresarios es una tranquilidad poder contar con una agencia de confianza que les acompañe en su viaje y les ayude a abrir las puertas que necesitan.

Si algo me han enseñado estos años en el mundo de la comunicación es que la clave está en asesorar y sorprender. Tengo claro que cada cliente es un mundo y todos tienen unos objetivos muy diferentes pero comparten una misma necesidad que es recibir un buen asesoramiento. Estoy absolutamente convencido que saber escuchar y convertirme en socio del cliente ha sido siempre lo que me ha diferenciado y es el valor añadido que ha conseguido que nuestros clientes consigan sorprender al público en cada acción y eso es algo fundamental en este competitivo mundo de la publicidad.

Esta es la fórmula que hasta el sol de hoy me ha dado resultado y confío tanto en ella que es así como decidí lanzarme a los pocos meses de

haber creado la agencia a montar mi segunda empresa: **Heracles, Regalos para Hombres**. La verdad es que siempre estuve muy vinculado al mundo del regalo ya que desde la agencia continuamente era necesario poner en marcha la búsqueda de regalos sorprendentes y originales para las acciones de los clientes. Tanto en publicidad como en el mundo del regalo el fin es sorprender e impactar al destinatario y en Heracles cada artículo está pensado para no dejar a nadie indiferente y eso me encanta.

Fue así como desde el pasado octubre decidí abrir la tienda en la calle Pastores 3, en pleno corazón de la capital cordobesa. Nuestra oferta se distingue por su originalidad y por nuestro personal especializado. El secreto está en ayudara cada cliente a encontrar el regalo idóneo en función de cada persona y ocasión. Le ofrecemos un servicio integral que pasa por el asesoramiento en la búsqueda del regalo, el diseño y la producción del embalaje hasta un envío muy original a su destinatario. Y este servicio lo ofrecemos tanto al público en general como a empresas que buscan regalos para sus clientes, proveedores, empleados, etc.

La idea de este negocio partió de la base de que para muchas mujeres comprar un regalo para un hombre se convierte en ocasiones en una auténtica pesadilla. Siempre se comenta que las corbatas, los perfumes y las camisas son entre otros algunos clásicos que llegan a aburrir. En Heracles sabemos que hay un regalo especial para cada tipo de hombre en función de sus aficiones, gustos, intereses y edad. Y un catálogo de más de 3000 artículos realmente sorprendentes y curiosos evitan al cliente la intensa tarea de tener que ir de un sitio a otro antes de encontrar el regalo idóneo ya que todos están en un mismo lugar y muchos no son exclusividad del género masculino.

Yo estoy muy optimista, se que estamos viviendo unos momentos difíciles y hay que hacer un gran esfuerzo y trabajar muy duro para ver resultados pero estoy convencido que hay que afrontar este periodo de crisis con imaginación. Pienso que la clave está en ofrecer cosas realmente diferentes que le ofrezcan al consumidor una experiencia distinta. El mundo en el que vivimos demanda creatividad e ideas innovadoras que sorprendan y esa es mi apuesta como empresario.

# La Mega Administración Impide Crecer A España



Lucio A. Muñoz  
Socio Director de Eurogroup Human Resources

Don Fertman, responsable de desarrollo de negocio de Subway (cadena estadounidense de restaurantes de comida rápida, actualmente, la mayor del mundo por número de establecimientos), recientemente y de modo temporal, abandonó sus funciones directivas para trabajar en calidad de empleado en uno de los locales de la compañía.

Después de la citada experiencia y desde su retomado puesto de dirección, Fertman afirmó que haber trabajado en un restaurante de Subway le permitía valorar mejor las necesidades tanto de los clientes internos de la empresa (empleados) como las relativas a los clientes externos de la misma.

Para tomar decisiones correctas, si un directivo desea ponerse en el lugar de sus empleados, la mejor forma de hacerlo es trabajar junto a ellos.

Los gestores políticos españoles también deberían realizar a menudo el ejercicio de ponerse en el lugar de los contribuyentes y de los empresarios, de esta manera conocerían la realidad social y empresarial de España.

La ruinoso herencia dejada por el inepto gobierno socialista anterior debería servir de referencia para afrontar un asunto clave; España no crece, entre otras razones, debido a la inanición del sector privado (la economía productiva.)



El Gobierno pretende que la clase media, los autónomos y las pymes (nuestro motor económico) mantengan a la ineficiente Administración española. ¿Austeridad? ¿Para quién?

El informe "Día sin impuestos", presentado el 3 de mayo de 2012 por "Civismo" (think tank español defensor de la sociedad civil), demuestra que el español medio destina el salario correspondiente a 124 días a pagar impuestos procedentes de la Administración central, autonómica y local. (In crescendo debido a la injusta subida del IRPF, el mayor gravamen al ahorro, etc.) (Recordemos al respecto la famosa curva de Laffer; impuestos más altos no garantizan una mayor recaudación fiscal.)

Además, nos espera una subida del IVA en 2013, ¿a cambio de una bajada de las cotizaciones sociales?, y el próximo ¿plan antifraude? (un atraco empresarial.)

Las familias y las pymes ya han realizado su

propio ajuste. Por el contrario, nuestra gigantesca Administración, causante de la desviación del déficit (CC.AA.) y, en parte, del decrecimiento de la economía española, sigue sin ajustarse.

Datos aportados, el 4 de mayo de 2012, por el BdE muestran que la deuda de todas las Administraciones Públicas a cierre del año 2011, 932.151 millones de euros (endeudamiento público; 87% del PIB), es casi el doble que la registrada en 2007, año en el que comenzó la crisis, 503.518 millones de euros.

Según Fedea, las CC.AA., no cumplirán el objetivo de déficit para 2012; 1,5%. Si el Gobierno no se atreve a reconfigurar el modelo del Estado de las Autonomías (las CC.AA., gestionan (dilapidan) el 60% del gasto público y tienen un presupuesto de 400.000 millones de euros anuales), al menos tendría que reducir la superestructura de la Administración y adaptarla a las verdaderas necesidades de España.

Para ello, se deben erradicar duplicidades e ineficiencias administrativas, liquidar empresas públicas en pérdidas, eliminar puestos políticos y empleados públicos sin oposición, privatizar servicios públicos, cerrar embajadas y otros entes autonómicos, etc.

Igualmente, es crucial suprimir tanto subvenciones a partidos políticos, sindicatos, confederaciones empresariales, ONG's, etc., como ayudas a bancos zombies, al deficitario cine español, a países tercermundistas que expropiaron nuestras empresas, etc. (En lugar de recortar en I+D)

Los mercados y la bolsa, hasta la fecha, han suspendido la gestión de nuestro Gobierno. ¿Por qué? La consolidación fiscal es vital, no obstante, sin crecimiento económico, España no podrá pagar sus deudas.

Faltan empresas y sobra Administración, este desequilibrio provoca la absorción de una ingente cantidad de recursos por parte del Estado y, en consecuencia, la asfixia, vía impuestos, del sector privado.

¿España está en recesión o en depresión? ¿Es preferible una intervención o seguir con esta estafa política? España se enfrenta a un drama social de imprevisibles consecuencias.

# El nuevo modelo de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba

**LAS CÁMARAS OFICIALES DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN REPRESENTAN LOS INTERESES GENERALES DE LAS EMPRESAS DE SU DEMARCACIÓN**

La Cámara es la institución que **vela por el interés general de la economía cordobesa y de su sociedad en general**, no siempre coincidente con el interés particular que pueden perseguir otras instituciones y entidades asimiladas, debido a su propia naturaleza, composición y fines.

La Cámara de Comercio es imprescindible para:

- » Contribuir, desde la visión empresarial, a la adaptación continua del modelo productivo de la economía a los diferentes escenarios.
- » Apoyar y consolidar las empresas del futuro, aquellas que apuestan por la internacionalización, la formación, la innovación, o el uso de las nuevas tecnologías de la información.
- » Sustentar el desarrollo del espíritu emprendedor y el nacimiento de nuevas empresas,
- » Defender la unidad de mercado y la libre competencia.

Las Cámaras de Comercio son instituciones que **existen en todos los países del mundo**, desarrollando funciones muy similares, por ello, la disminución de actuación de las Cámaras españolas dificulta, en la práctica, la capacidad de competir de nuestro tejido empresarial.

El ejercicio de las funciones de carácter público-administrativo que las Cámaras tienen atribuido legalmente, la universalidad en la prestación de servicios y la finalidad dirigida al interés general justifican su naturaleza como **corporaciones de derecho público, distinta así a otras organizaciones empresariales, sociales y económicas, públicas o privadas**.

De este modo, la Cámara complementa perfectamente dos vectores **que unen cercanía a la realidad y universalidad en las acciones**. Por un lado, **la Cámara nuestra debe aspirar a ser el centro de la vida económica de la demarca-**

**ción**, prestando servicios, información y conocimiento de las empresas, y por otro, **constituye la única red en el ámbito económico-empresarial, social y político, con capacidad para hacer llegar al tejido productivo políticas nacionales desde las distintas administraciones**.

Además, la Cámara es la única institución que **presta un servicio integral y completo a la pyme y emprendedores en un solo punto de asistencia**.

La Cámara **contribuye activamente a la vertebración, cohesión y desarrollo económico y social de nuestro territorio provincial**, situando a la demarcación en el mapa empresarial nacional e internacional al formar parte de la red mundial de Cámaras, marca reconocida asociada a empresa y servicios empresariales. **Somos un lugar de integración y encuentro entre las Administraciones Públicas, políticos, Universidades y centros educativos, ciudadanos y empresas;** y defendemos activamente, con compromiso, con imaginación y con rigor, los intereses generales de nuestra economía local y provincial, desde la sociedad civil.

El proceso de reforma de nuestra economía y la creación de empleo pasa por apoyar a todas las empresas, especialmente las pymes y emprendedores, para ser más competitivas y en esta tarea la Cámara de Comercio (con su amplia red territorial; su capilaridad para incorporar políticas públicas a favor de las empresas en todo el territorio; su capacidad de ofrecer servicios integrales, sin exclusión, en distintas demarcaciones; y la existencia de profesionales especializados en temas empresariales) son una pieza fundamental, necesaria e insustituibles, más aún en los tiempos que vivimos.

En España, tras la aprobación del Real Decreto-Ley 13/2010, **las Cámaras de Comercio están acometiendo una profunda modernización mediante la revisión de sus estructuras, gestión y servicios destinada a mejorar su eficiencia y eficacia, el cambio en la cultura corporativa, y la adaptación a la situación actual y a las necesidades de las empresas**. La nueva y necesaria regulación de las Cámaras debería estimular este proceso, aportando los mecanismos e instrumentos más adecuados para alcanzar un modelo moderno, estable y beneficioso para la sociedad.

En última instancia, el contexto tras el Real

**Cámara**  
Córdoba

**La Cámara es la institución que vela por el interés de la economía cordobesa y de su sociedad en general**

Decreto-Ley 13/2010 implica que **el cumplimiento de las funciones público-administrativas de las Cámaras de Comercio no es viable si no se dispone de unos recursos públicos mínimos para su eficaz desarrollo**.

La Cámara de Córdoba, vuestra Cámara, con esta visión, que es la de su Presidente y en consecuencia, de toda la estructura técnica que la sostiene, **impulsa su acción desde una estrategia de máxima utilidad, eficacia y eficiencia para los emprendedores y la pyme cordobesa, única clave de la recuperación económica y social de nuestra propia economía local y por extrapolación de la nacional, manteniendo un obligado orden de prioridades en su servicio, desde una óptica humanista y social sin complejos, en absoluta correspondencia con su tiempo**.

Almendras Morales inaugura las Bodegas y Fábrica de pistachos "Viñedos de Pozanco"



EL PROMOTOR DEL PROYECTO Y DIRECTOR DEL GRUPO DE EMPRESAS ES VOCAL DEL PLENO DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE CÓRDOBA

La empresa Almendras Francisco Morales S.A., con sede en Priego de Córdoba, inauguró el pasado 7 de mayo en Almendralejo (Badajoz) las bodegas y la fábrica de pistachos "Viñedos de Pozanco", la nueva empresa que ha creado el grupo cordobés para iniciarse en la elaboración de vino tinto y blanco.

En la inauguración de las nuevas instalaciones participaron, junto con el director del grupo de empresas y vocal del Pleno de la Cámara de Comercio de Córdoba, Francisco Morales, el presidente de la Junta de Extremadura, José Antonio Monago, el presidente de la Cámara de Comercio de Córdoba, Ignacio Fernández de Mesa, y el presidente de la Confederación de Empresarios de Córdoba (CECO), Luis Carreto.

El presidente de la Cámara de Comercio subrayó "el carácter innovador de la empresa y el importante papel que ésta desempeña en la internacionalización del tejido productivo de Córdoba".

Almendras Francisco Morales es actualmente un referente internacional en el procesado de la almendra y los frutos secos, con filiales en Chile y Portugal. La empresa también se dedica a la elaboración de aceite de oliva virgen extra y ahora, con la creación de las Bodegas "Viñedos de Pozanco", se inicia en la producción de vino.

## La Cámara acerca la música a la sociedad cordobesa

ONCE PROFESORES DEL CONSERVATORIO PROFESIONAL DE MÚSICA DE CÓRDOBA "MÚSICO ZIRYAB" INTERPRETARON SIETE COMPOSICIONES DE DIFERENTES ESTILOS MUSICALES

La Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba y el Conservatorio Profesional de Música de Córdoba "Músico Ziryab" celebraron el pasado 5 de junio un concierto a cargo del profesorado del Conservatorio en la sede de la institución cameral.

La apertura del acto corrió a cargo del presidente de la Cámara, Ignacio Fernández de Mesa, y el director del Conservatorio Profesional de Música de Córdoba, Ernesto Blanco. Fernández de Mesa destacó que "este ciclo de conciertos es una manera de acercar todavía más la Cámara a la sociedad y que se integre en la vida socioeconómica cordobesa. Es una de nuestras aportaciones, con la colaboración del Conservatorio, para promocionar la música y la cultura en general, ya que es el primer acto cultural que se hace en esta institución". Por su parte, Blanco subrayó que "para nosotros es un placer estar en



CONCIERTO

la Cámara y desde este encuentro hacemos una invitación para que se conozcan nuestras instalaciones y las actividades que realizamos".

En el concierto participaron once profesores del Conservatorio repartidos en cinco agrupaciones, que interpretaron composiciones de diferentes estilos musicales. Los asistentes pudieron disfrutar de piezas de Francisco Tárrega, Gabriel Fauré, Bach, Di Capua, Barbieri y Gabriel Muñoz.

## La Cámara y Comercio Córdoba piden que se mantengan los horarios comerciales



21 MAYO REUNIÓN FERNÁNDEZ DE MESA Y BADOS CON EL SUBDELEGADO



REUNIÓN CON LA DIPUTACIÓN PROVINCIAL



30 MAYO REUNIÓN CON DELEGADA DEL GOBIERNO ISABEL AMBROSIO

ENCUENTROS CON JUAN JOSÉ PRIMO JURADO, SALVADOR FUENTES E ISABEL AMBROSIO

El presidente de la Cámara de Comercio e Industria de Córdoba, Ignacio Fernández de Mesa, y el presidente de la Federación Provincial del Comercio "Comercio Córdoba", Rafael Bados, mantuvieron el pasado mes de mayo reuniones con la Subdelegación del Gobierno, la Diputación Provincial de Córdoba y la Delegación del Gobierno de la Junta de Andalucía. En es-

tos encuentros trasladaron su preocupación por el anunciado cambio en los horarios comerciales.

Tanto Fernández de Mesa como Bados reclamaron mantener el actual régimen de los horarios comerciales y de regulación de las ventas promocionales y en rebajas, ya que "el comercio de cercanía tiene una importancia destacadísima en la economía de la provincia de Córdoba y sufre de manera intensa la crisis".

Las tres instituciones mostraron su apoyo al comercio y su sensibilización con las pretensiones de la Cámara y Comercio Córdoba.

JORNADA REFORMA FISCAL 2012



## La Cámara pone al día a las empresas en la reforma fiscal

EL SEMINARIO SE CELEBRÓ CON LA COLABORACIÓN DE MONTERO ARMBURU ABOGADOS, ENCARGADOS DE OFRECER CUATRO PONENTIAS

La Cámara de Comercio de Córdoba, con la colaboración de Montero Aramburu Abogados, celebró el pasado 14 de junio en su sede una jornada gratuita sobre la Reforma Fiscal 2012.

El acto de apertura corrió a cargo del presidente de la Cámara, Ignacio Fernández de Mesa, y del presidente de Montero Aramburu Abogados, Alfredo Álvarez. Fernández de Mesa destacó que “el acto de hoy es una apuesta por las empresas. Desde la Cámara queremos que nuestras empresas tengan la mejor información posible sobre temas de actualidad que les incumben en el desarrollo de sus actividades”. Por su parte, Álvarez agradeció a la Cámara que “se cuente con nosotros” y “se hagan este tipo de jorna-

das en tiempos que no son fáciles”.

En esta jornada se dio respuesta a las implicaciones y consecuencias que estas nuevas medidas tributarias suponen para el tejido empresarial incorporando además un análisis de las medidas tributarias propuestas por el Gobierno y de las modificaciones tributarias en el ámbito andaluz. Pedro Contreras, Rafael Casado, Carlos Palao y Leonardo Neri, todos de Montero Aramburu Abogados, fueron los encargados de dar las cuatro ponencias sobre las modificaciones en el IRPF, la reforma en el ámbito del impuesto de sociedades, la regulación voluntaria de activos ocultos y medidas antifraude y las modificaciones tributarias en la comunidad autónoma andaluza.

## Ocho empresas cordobesas participan con la Cámara en una misión comercial a Argelia



MISSION COMERCIAL ARGEL

La Cámara Oficial de Comercio de Córdoba desarrolló, del 23 al 27 de junio, una misión comercial directa a Argel, enmarcada en el programa “Acciones Complementarias de Iniciación para pymes (2007-2013)”.

Este programa, cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) y por la Cámara de Comercio de Córdoba, persigue servir de apoyo a la internacionalización y mejorar la competitividad y el fortalecimiento empresarial.

En la misión participaron ocho empresas cordobesas del sector del metal-metalmecánico, que buscan abrir mercado en este país y conseguir oportunidades empresariales. Las empresas participantes fueron Fernando García Sánchez SA, Torinco SL, Estampaciones Casado SL, Silos Córdoba SL, Facoma 2005 SL, Mecavi SL, Talleres Atig SL e Industrias de Tecnologías Aplicadas de Refrigeración y conservación SL (Intarcon).

## La Cámara y el Instituto Alcántara acuerdan desarrollar acciones formativas

EL FIN DEL CONVENIO ES PROMOVER CONJUNTAMENTE UN PLAN DE FORMACIÓN EN MATERIA DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE RECURSOS HUMANOS



FIRMA CONVENIO CÁMARA-INSTITUTO ALCÁNTARA

La Cámara de Comercio de Córdoba y el Centro de Oposiciones Alcántara S.L. firmaron el pasado 14 de junio un convenio de colaboración para promover conjuntamente un plan de formación en materia de Dirección Estratégica de Recursos Humanos dirigido a empresarios, trabajadores y desempleados de Córdoba y provincia.

El acuerdo fue suscrito por el presiden-

te de la Cámara, Ignacio Fernández de Mesa, y el director del Instituto Alcántara, Federico García.

Las acciones formativas que se desarrollen serán propuestas por Alcántara en función de las necesidades de las empresas y la Cámara se encargará de la difusión de los cursos, la captación de alumnos y cederá las aulas.

# FEF, masivo punto de encuentro entre empresas y desempleados

SE CELEBRÓ LOS PASADOS 13 Y 14 DE JUNIO EN LA DIPUTACIÓN CON LA ASISTENCIA DE MÁS DE 12.000 PERSONAS

PATIO BLANCO DE LA DIPUTACIÓN



13 JUNIO INAUGURACIÓN FORO DE EMPLEO Y FORMACIÓN



ASISTENTES A LAS CONFERENCIAS

Los pasados 13 y 14 de junio la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba celebró con gran éxito en el Patio Blanco de la Diputación Provincial el primer Foro de Empleo y Formación (FEF), que se desarrolló con el objetivo de promover un punto de encuentro entre empresas y trabajadores en busca de salidas profesionales para fomentar el empleo en Córdoba y ser un punto de información para los futuros profesionales sobre los valores y proyectos de cada compañía y permitir a las empresas identificar a nuevos talentos para sus negocios de una manera efectiva y económica.

En la inauguración, el presidente de la Cámara de Comercio, Ignacio Fernández de

Mesa, destacó que “la Cámara es promotora de los intereses generales de la industria y el comercio y tiene que desarrollar acciones como esta, que faciliten la conexión entre empresas, emprendedores y los que buscan empleo, tanto los desempleados como aquellos que han terminado su proceso formativo y están buscando un trabajo”. Además, recalcó que “este foro representa una oportunidad inmejorable para las empresas por muchas razones como facilitar la contratación de personal, interactuar con empresas de otros sectores y poder realizar procesos de selección in situ”. También hizo hincapié en que “la Cámara no es ajena a la situación de paro que existe y por ello, como Corporación de Derecho Público,

apuesta por este tipo de iniciativas que ayudan a fomentar el empleo y en consecuencia mejorar la economía cordobesa”.

Este evento de puertas abiertas contó con la asistencia de más de 12.000 personas, que acudieron a dejar sus currículum, conocer la oferta formativa de cursos y másteres o escuchar alguna de las conferen-

vertiente formativa con 20 conferencias divididas en cinco bloques temáticos sobre creación de empresas como alternativa profesional, la integración social a través del empleo y el autoempleo, recursos para la búsqueda de empleo fuera de España, creatividad y nuevas formas de búsqueda de empleo y la formación como re-

## *El perfil del visitante es joven con formación universitaria*

cias gratuitas que se ofrecieron durante los dos días. Del total de asistentes, el 46 por ciento comprendió a personas de entre 18 a 30 años, el 38 por ciento de 31 a 45 años y el resto fueron asistentes de más de 46 años.

La mitad de los visitantes (51 por ciento) a este encuentro tienen formación universitaria, mientras que el 38 por ciento que acudió tienen formación profesional. Por otra parte, el 59 por ciento de las personas que acudieron fueron hombres mientras que el 41 por ciento fueron mujeres.

Este foro, organizado por la Cámara y patrocinado por la Diputación, que cedió sus instalaciones, el Consorcio Provincial de Desarrollo Económico, el Ayuntamiento, a través del Imdeec y la Delegación de Empleo, y la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo, a través de Andalucía Emprende, ha cumplido con sus expectativas por la afluencia masiva de público y por los 1.200 currículum entregados en cada uno de los stands de las empresas participantes.

### **Lleno en las conferencias**

El Foro también acogió una

ceta anticrisis. A las ponencias, ofrecidas en el Salón de Actos del Palacio de la Merced, acudieron 1.100 asistentes.

### **24 stands**

Además de los 24 stands de las empresas participantes (La Cámara, el Consorcio Provincial de Desarrollo Económico, el Imdeec, Andalucía Emprende, la Escuela Internacional de Doctorado en Agroalimentación e Instituto de Estudios de Postgrado de la UCO, Esic, la UNED, Instituto Alcántara, Pérez Borbujo-Consultoría RRHH y Formación, Fuerzas Armadas, Consorcio Escuela de Joyería, Restaurante la Fragua, Retail Password, Fashion Azafatas, Magtel, Escuela de Protocolo de Granada, Cruz Roja, Carrefour, Fundación Once, Instituto de Estudios Cajasol, Obra Social La Caixa, el Servicio de Empleo Público Estatal, Easy Group y Red Eures) han colaborado Núñez de Prado, Deza, Iberdata, Asesoría Ignacio Sánchez, BidiPlanet y Papiro-Publensa. Este último se encargó de imprimir de forma gratuita 9.000 currículum a los visitantes que querían entregar su experiencia laboral a las empresas.



AUTORIDADES EN UNO DE LOS STAND DE LAS EMPRESAS PARTICIPANTES



CONFERENCIA 13 DE JUNIO



INAUGURACIÓN A TRAVÉS DEL MÓVIL



STAND DE LA CÁMARA

www.cruzber.com



# Gregorio Cruz Bermúdez

Gerente de Cruzber, S.A.

Este licenciado en Ciencias Químicas por la Universidad de Granada comenzó su andadura en la empresa familiar en noviembre de 1987. Actualmente es presidente de FEMECO (Federación del Metal de Córdoba) y miembro de la Junta Directiva de ASEMECO. CRUZBER S.A., con sede en Rute, es uno de los fabricantes de sistemas portaequipajes más importantes del Mercado europeo con una completa gama de soluciones para turismos, 4x4 y vehículos comerciales.

## ¿Cómo ha sido la evolución de la empresa desde que comenzó su andadura?

Los orígenes de esta empresa familiar se remontan al año 1.963 en el que Antonio Cruz Luna, fundador de la misma, comienza su andadura profesional de manera independiente en el mundo de la carpintería metálica. A continuación esta actividad se derivó hacia la fabricación, entre otros productos, de portaequipajes para bicicletas, motocicletas y con posterioridad para turismos. Con este último producto comenzó un vertiginoso crecimiento de la empresa unipersonal que desembocó en la constitución en 1.973 de la mercantil Cruzber.

Más tarde se añadió una nueva línea para la fabricación de bandejas portacables, que lanzó a la empresa a su dimensión actual. En el año 1.999 y tras el acuerdo alcanzado con un grupo multinacional francés, se le transfirió al mismo esta última actividad, lo que no significó que la dimensión fuera en descenso, ya que la potenciación de las otras gamas de producto y el desarrollo de nuevas líneas han asegurado el continuo crecimiento de la empresa.

Hay que resaltar el talento siempre emprendedor del fundador de la empresa que a lo largo de su vida ha sabido

involucrar a sus tres hijos en su proyecto empresarial gracias a lo cual la empresa se encuentra actualmente en su segunda generación.

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

Aunque el sector agroalimentario es el más conocido de la economía cordobesa, en particular, y andaluza, en general, debemos ser conscientes de que hay otros sectores productivos que tienen igualmente un peso importante en la economía provincial. Y entre ellos destaca sobremanera el sector del metal que aglutina a diferentes subsectores entre los que se encuentran el de transformación de metales, como el cobre y el oro, que tienen una especial trascendencia en Córdoba, así como otros como son el de construcción de maquinaria agrícola,

calderería, frío industrial, carpintería metálica y en general la fabricación de productos metálicos, que ha tenido un gran desarrollo en toda la provincia, especialmente en los últimos 20 años.

En lo que se refiere a nuestra empresa, somos de los pocos que nos dedicamos a la fabricación de accesorios para el sector del automóvil, no solamente en Córdoba, sino en toda España, y debemos tener una clara vocación exportadora para generar un volumen de ventas suficiente para poder seguir teniendo continuidad como fabricante.

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

Como he comentado anteriormente, el salir al exterior para nosotros no es solamente una opción sino una ne-

“ El salir al exterior para nosotros no es solamente una opción sino una necesidad inexcusable si queremos tener continuidad como fabricante ”

cesidad inexcusable si queremos tener continuidad como fabricante. Nuestros fabricados hoy en día no son excesivamente demandados y hay que atender a los mercados internacionales para poder subsistir como empresa dedicada al diseño y fabricación de portaequipajes para automóviles. Son tan grandes los requerimientos a nivel de diseño, desarrollo, calidad y seguridad en los productos, que la atención a un único mercado nacional hace inviable el desarrollo empresarial. Con estas premisas, actualmente estamos realizando ventas en, prácticamente, todo el área de la Unión Europea, además de otros mercados con características específicas como pueden ser los países del Magreb (Marruecos, Túnez, Egipto), Costa Rica, Sudáfrica, Israel, etc.

No obstante, nuestro mercado fundamental sigue siendo el nacional, aunque las exportaciones a todos estos países representan actualmente un porcentaje superior al 35% de nuestra producción.

### ¿Qué proyectos tiene su empresa para un futuro inmediato?

Evidentemente, toda empresa necesita tener en cartera nuevos proyectos que le sirvan para afianzar su viabilidad empresarial y su adaptación a un mundo cambiante.

En nuestro caso, por una parte tenemos a personal dedicado continuamente al desarrollo de nuevas soluciones para los vehículos que aparecen de forma continua en el mercado, aunque también evolucionamos los productos actualmente en cartera y desarrollamos otros, que a veces producimos nosotros mismos y en otros casos, subcontratamos a otras empresas. Además intentamos complementar nuestro portafolio de productos con otros que pertenezcan a nuestro mismo sector de clientes y que están fabricados por otras empresas.

Por otra parte, no dejamos de analizar nuevas posibilidades de fabricación de productos que necesiten para su fabricación de un parque de maquinaria similar al que tenemos disponible en nuestras instalaciones, al objeto de conseguir un mejor aprovechamiento del mismo.

Por último indicar que desde hace un

año también nos dedicamos a comercializar, a través de una división informática de la empresa, toda una serie de aplicaciones informáticas relacionadas con el control de la producción y la presencia en Internet, que son muy interesantes para todas las empresas manufactureras, ya que están siendo testadas y mejoradas continuamente en nuestro proceso productivo y ayudan enormemente a mejorar la productividad de la planta de fabricación, sea del sector que sea. Esta división recibe el nombre de Tandem Software Management y constituye una experiencia completamente diferente en la que estamos trabajando con una enorme ilusión.

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

Como máximo responsable de una empresa en la que aportan su trabajo más de 50 personas de forma directa, la verdad es que el día a día es un continuo ir y venir de reuniones con responsables de los distintos departamentos con los que coordino todas las actuaciones a desarrollar en cada uno de ellos. Además de este trabajo de coordinación, soy responsable del desarrollo de otras tareas más específicas y de realizar la representación de la empresa ante todo tipo de instituciones, asociaciones, congresos que se celebran en relación con el sector y un largo etcétera. Pertenece a numerosas asociaciones de diferentes ámbitos y en ellas, yo personalmente me encargo de representar a la empresa, lo que me obliga a realizar viajes frecuentes relacionados con el desempeño de estas funciones. En consecuencia, el problema fundamental es el número de horas que le dedicas a la empresa y que a veces hace que no puedas compartir con la familia todo el tiempo que te gustaría, pero no obstante ello, disfruto con mi trabajo que al final es lo más importante.

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

Evidentemente son muchas las claves que hay que manejar y tener en consideración para lograr el éxito empresarial,

pero de todas ellas yo resaltaría cuatro que considero fundamentales:

- ✓ *Elaborar un plan de empresa que refleje un proyecto sólido, coherente y viable. Un buen plan sirve para establecer las bases de una empresa, y es la mejor llave de acceso a la financiación. Se trata en definitiva de tener un proyecto empresarial claro y definido.*
- ✓ *Innovación y creatividad. Innovar no sólo es inventar algo nuevo. Se puede innovar ofreciendo un producto o servicio que ya existe, pero dándole un enfoque diferente. Tenemos que ser muy conscientes de que la innovación va a ser lo que en un mercado tan competitivo como el actual distinga a nuestra empresa de la competencia. Debemos pensar que la prueba que define una innovación no es su novedad, ni su contenido científico, sino el éxito en el mercado, se trata de un proceso de creación de valor y de satisfacción para los clientes.*
- ✓ *Atraer y retener talento, mediante una buena política de recursos humanos. Hoy en día sabemos perfectamente que las relaciones entre empresas son en definitiva relaciones entre personas y que para que estas relaciones fluyan de la forma más interesante para nuestra empresa, debemos tener al mejor personal posible y en todas las áreas de la empresa.*
- ✓ *Ser una empresa socialmente responsable y actuar con principios y valores como honestidad, coherencia, austeridad y flexibilidad. Aunque la RSC (Responsabilidad Social Corporativa) es un tema que se está desarrollando últimamente de una forma muy importante, pienso que es algo que ha estado muy imbuido en la política de actuación de las empresas familiares que más tiempo llevan funcionando en nuestro país y en el mundo entero. Y lo digo porque pienso que aquellos gestores empresariales que apliquen estos valores en su quehacer diario son los que van a tener empresas y negocios que funcionen durante años y años.*

# Marketing online: el éxito de tu negocio

LA CÁMARA OFRECE EL PROGRAMA MASMARKETING, QUE TIENE COMO OBJETIVO FACILITAR LA INCORPORACIÓN DE LAS EMPRESAS AL MARKETING ONLINE DE UNA MANERA SENCILLA Y ECONÓMICA (DESDE 150 EUROS AL MES)

Son muchas las razones por las que el marketing online se ha convertido en la herramienta fundamental para dar a conocer y promocionar nuestro negocio sobre todo teniendo en cuenta que el sector del comercio electrónico, a pesar de la crisis, cada año genera más ingresos pues el volumen total de facturación del comercio electrónico alcanzó en el tercer trimestre de 2011 los 2.421,8 millones de euros (27,4% más que en el mismo periodo de 2010) lo que supone el décimo trimestre consecutivo de crecimiento, nuevo máximo histórico y prácticamente duplicar los 1.200 millones que se facturaban antes de la crisis económica en 2008, según datos de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT). No solo la facturación se apuntó un nuevo record, también aumentó el número de transacciones, que alcanzaron los 32,6 millones de operaciones en el trimestre (34,7% más que en 2010).

SEO, SEM, social media, mobile marketing... son palabras que hace unos años nos resultaban de lo más extrañas pero que a fecha de hoy se han convertido en un lenguaje de lo más habitual si queremos sacar el mayor rendimiento posible a nuestra página web e intentar transformar las visitas a las mismas en dinero (ROI). Sin embargo, muchos de estos términos no están claros para todo el mundo por lo que desde la Cámara recomendamos ponerse en manos de profesionales para estos temas en los que nuestro dinero y la rentabilidad de nues-

tra empresa están en juego.

Y qué no decir de las redes sociales, Facebook, YouTube, Twitter... ¿quién no conoce estas herramientas? Es fácil hacerse un perfil para contactar con amigos, pero es importante saber cómo usarlas a nivel empresarial y sacarles el máximo provecho para captar y fidelizar clientes. En el mundo online las redes sociales se han hecho un hueco de manera rápida y vertiginosa, de ahí que sea una de las herramientas preferidas de las grandes empresas y marcas.

A través de Internet podemos valorar el retorno de la inversión (no como en los antiguos buzoneos o vallas publicitarias) porque actualmente disponemos de muchas más herramientas para segmentar la publicidad (más que en cualquiera de los otros medios publicitarios) y con una inversión mucho menor.

Entendemos que todo aquel que quiera empezar en este mundo ha de hacerse muchas preguntas y conocer distintos conceptos algunos de los cuales queremos aclarar:

## ¿Cómo empezar en la red?

Para comenzar en la red debemos tener una web apropiada a nuestros productos / servicios (en Andalucía más del 62% de las empresas tienen página web), donde el usuario encuentre la información que busca con un simple vistazo. Hay que tener muy presente que visitamos decenas de webs distintas al día y no retenemos más que unas pocas, las que tienen un contenido más atractivo y

de fácil acceso.

Una vez que ya tenemos esto, podemos comenzar a ser los relaciones públicas del negocio online: Llega la hora de distribuirlo, darlo a conocer, medir resultados, realizar campañas... **todo conforme a una estrategia definida.**

## ¿Cómo crear una "identidad digital" óptima?

Debemos ser conscientes de que en Internet nosotros somos nuestras relaciones públicas y debemos mantener nuestra imagen de marca. La identidad digital no es sólo lo que aparece acerca de nosotros al realizar una búsqueda, sino la idea que transmitimos de nuestro negocio a través de Internet.

## ¿Qué es el marketing online?

Marketing online es el arte de la venta de productos/servicios a través de los medios digitales como Internet en acciones a través del comercio electrónico, redes sociales, publicidad online, motores de búsqueda, etc. y la red móvil (smartphones).

## ¿Qué son y para qué sirven el SEO, el SEM y el SMO?

SEO, SEM Y SMO son el comienzo de nuestra andadura en el posicionamiento de nuestra empresa online. SEO (Search Engine Optimization) es el posicionamiento orgánico dentro de los buscadores como Google o Yahoo (sin pagarles para tener acceso a una posición destacada) para mejorar la visibilidad de nuestra web en los mismos para lo que hemos de preparar nuestra web de una manera adecuada.

SEM (Search Engine Marketing) son los enlaces patrocinados por palabras claves dentro de las redes o motores de búsqueda (normalmente anuncios de pago por clic) que permite dar a conocer rápidamente servicios y productos a través de la red.

El SMO (Social Media Optimization) hace referencia a las acciones que se realizan en los medios sociales (foros, blogs, redes sociales...) y la optimización de éstos para lograr los objetivos de marketing fijados por la empresa (mayor conocimiento de la empresa, del producto, incremento de ventas, etc.).

Mediante una optimización oportuna de los conceptos anteriores podemos conseguir un retorno de inversión (ROI) más eficiente y rápido y así poder optimizar nuestras campañas.

**¿Pueden las redes sociales ayudarnos si somos una empresa pequeña?**

Esto dependerá de cual sea el propósito de nuestras redes sociales. Para que puedan ayudarnos y ver sus resultados debemos dedicarles tiempo y esfuerzo (de ahí el auge de los Community Manager), crear un hilo conductor, actualizarla constantemente, etc.

La gente no quiere oírnos hablar continuamente de nuestra marca, quiere actividad, concursos, descuentos,



información,... Es una tarea bastante más difícil de lo que muchos piensan. Tenemos que darnos cuenta que las redes sociales son una herramienta donde la comunicación con el cliente es directa e inmediata, tanto para bien como para mal, ya que podemos tener críticas que pueden fomentar la compra de nuestros productos / servicios o dañar nuestra reputación.

**¿Debe dedicar esfuerzos una pyme, en los tiempos que estamos, al marketing online?**

Es difícil decir a una empresa que está con el presupuesto al límite que invierta en algo más, sobre todo cuando se trata de algo no tangible pero, como hemos comentado, el comercio electrónico es un sector que no ha parado de crecer a un ritmo vertiginoso por lo que creemos que **un buen producto / servicio acompañado de una buena página web gestionada con acciones de marketing online**

**son una fórmula de éxito seguro.**

¡Ahora más que nunca es el momento de sacar todo el provecho a nuestra web! Hay soluciones como la que ofrece la Cámara de Comercio de Córdoba denominada Masmarketing que intentan facilitar la incorporación de las empresas al marketing online de una manera sencilla, profesional y económica. Por apenas 150 euros/mes, podemos hacernos visibles entre las primeras posiciones de los buscadores más importantes, mantener informados a nuestros clientes a través de acciones de emailing, introducirnos en las redes sociales, tener nuestra propia landing page en Facebook, asesoramiento, informes...

Existen diferentes paquetes Masmarketing adaptados a las necesidades de cada empresa. Para más información: <http://maspyme.com/masmarketing.html>

**DKV cuida la salud de su PYME**

¿Sabía que es más beneficioso contratar una póliza de salud para sus empleados que incrementar el equivalente de su sueldo? ¿Sabía que desde 5 asegurados DKV Seguros le ofrece condiciones muy especiales para su PYME?

En DKV Seguros, además, le ayudamos a encontrar la solución que mejor se adapte a las necesidades de su empresa o PYME.

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

*¡Vive la Salud!*



**DKV**  
SEGUROS MÉDICOS

**DKV CÓRDOBA**  
Av. de la Libertad, 18-20  
14001 Córdoba  
Tel.: 957 761 703  
[noemi.perez@dkvseguros.es](mailto:noemi.perez@dkvseguros.es)

a member of **MUNICH HEALTH**



FICHA

**NOMBRE Y APELLIDOS:** ROSA JIMÉNEZ MONTES  
**EMPRESA:** EUROMASCOTA  
**SECTOR:** ANIMALES DE COMPAÑÍA  
**FECHA DE CREACIÓN:** 15 MARZO 2012  
**WEB:** WWW.EUROMASCOTA.NET  
**DIRECCIÓN:** AVENIDA GRAN VÍA PARQUE N° 25  
**TELÉFONO:** 957410301

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

Me motivó mis ganas de vivir de lo que más me gusta y después de estar mucho tiempo dedicándome al mundo de los animales, ya me decidí en tener un negocio propio para poder vender yo mis perros, ya q he estado mucho tiempo invirtiendo para poder tener de cada raza lo mejor y ahora ofrecer una calidad en relación al precio muy buena, ya que vendo directamente de criador a cliente.

**¿Cómo transformó su idea en empresa?**

Después de buscar e intentarlo por muchos bancos, la Caixa me asesoró y gracias a ellos me informaron de un crédito, que a través de ellos lo podía presentar si la Cámara de Comercio me daba el visto bueno.

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

Destaco todo, gracias a ellos (Vanesa y Juanra) el proyecto se hizo, gracias a ellos todo fue posible y todavía me ayudan a todo lo que necesito. Son geniales, le tengo que agradecer todo y mi sueño se hizo realidad gracias a ellos, MUCHAS GRACIAS.

**¿Cuáles fueron sus mayores retos?**

Los mayores retos fueron conseguir que me ayudaran y que confiaran en mí.

**¿Qué tres cualidades considera imprescindibles para ser un buen emprendedor?**

Sobre todo ganas muchas ganas, mucha ilusión y tomarlo tan en serio como que va a ser tu futuro y de lo que quieres y has elegido vivir.

**¿Qué valor añadido ofrecen sus productos o servicios?**

Que son animales criados por mi, que no son animales de fuera de España y el precio es asequible a todo el mundo puesto que no hay intermediarios.

# La Cámara ofrece a las empresas de su demarcación la **Publicación Certificada**

## **Camerfirma**

La mayoría de las empresas que cotizan tienen que publicar los actos societarios (Ej. convocatoria de la Junta General de accionistas) a través de anuncios en periódicos locales o nacionales con unos costes elevados al tratarse de publicaciones a incluir en los diarios de mayor tirada en la provincia o nacional (aproximadamente un importe de 560 euros/publicación) y en el BORME (aproximadamente 600 euros/publicación).

Con la entrada en vigor del Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de Julio, y del Real Decreto Ley 13/2010, de 3 de diciembre de 2010, por el que se deroga y modifican determinados artículos de esa Ley se elimina la obligatoriedad de publicitar los actos societarios a través de anuncios en periódicos de tirada provincial/nacional y se permite la Publicación Certificada de los anuncios en las webs de las propias sociedades.

Sin embargo, el vacío legal existente sobre la forma y los requisitos de seguridad necesarios para ello, hace imprescindible para la entidad dejar evidencias jurídicas respecto de la identidad de la sociedad y temporales sobre el momento en que se hizo la publicación.

CAMERFIRMA, a través de la Cámara de Córdoba, ofrece una solución que garantiza a las empresas todo el valor legal y la plena validez jurídica en sus publicaciones, pues vienen

acreditadas por un tercero de confianza (Autoridad de Certificación Camerfirma) que da fe de la identidad de las empresas y del momento en que se publican a través del servicio Publicación Certificada Camerfirma.

Todos los anuncios que venían realizando las empresas en periódicos de tirada provincial/nacional se podrán realizar a través de la Publicación Certificada en sus propias webs, **por solo 50 euros/publicación con el consiguiente ahorro de costes que esto supone.**

Por ejemplo:

\* Publicación en el Registro Mercantil: una vez inscrita, el registrador mercantil remitirá para la publicación telemática los datos relativos a la escritura de constitución para su publicación en el BOE.

\* Forma de convocatoria: la Junta General se podrá convocar mediante anuncio publicado, mediante Publicación Certificada, en el Boletín Oficial del Registro Mercantil y en la página web de la sociedad.

\* Los Estatutos de las Sociedades Limitadas podrán establecer que la convocatoria se realice mediante Publicación Certificada en las webs en sustitución del sistema anterior de publicitarlo en diario de mayor tirada de la provincia.

\* En las Sociedades Anónimas se podrán publicar en la página web: cambios de denominación, domicilio, sustitución u objeto social de la sociedad.

Puede visitar la siguiente dirección para saber más: <http://ziddea.es/camerfirma/landing/>

### ¡TRAMITA TU CERTIFICADO DIGITAL EN LA CÁMARA!

#### Ventajas del Certificado

#### ¿Por qué es necesario tener el certificado?

- Porque nos permite realizar todos los trámites:
- Acceder a todos los trámites de las Administraciones Públicas. Muchos trámites ya no se pueden realizar de forma presencial, por ejemplo las notificaciones telemáticas de las AEAT.
- Realizar trámites con otras empresas. Muchas empresas empiezan a exigir la firma electrónica como prueba de aceptación de pedido o condiciones contractuales.
- Realizar factura electrónicas.
- Porque todo son ventajas:
- Ahorramos tiempo y dinero.
- Evitamos la presencia física para realizar trámites.

#### ¿Qué pasa si un profesional no tiene este certificado?

- No recibirá las notificaciones telemáticas de la Agencia Tributaria.
- No podrá acceder a trámites de las Administraciones Públicas.
- No podrá realizar transacciones electrónicas seguras con otras empresas
- No podrá realizar facturas electrónicas
- Estará de espaldas al mundo de las transacciones electrónicas seguras por Internet.

#### ¿Por qué es necesario tener el certificado?

- Camerfirma es un certificado PROFESIONAL, hecho y pensado para la empresa y la administración desde las Cámaras de Comercio Españolas.
- Con RECONOCIMIENTO INTERNACIONAL (Red Chambersign de prestadores de certificación de las Cámaras de Comercio Europeas)
- Con el MEJOR SERVICIO y GARANTÍA: somos el único prestador con una red nacional de autoridades de registro repartidas por todo el territorio nacional.
- Porque somos FLEXIBLES a la hora de abordar proyectos y ÁGILES en el trámite de consecución de los certificados.

Para más información:  
957 296199 extensiones  
0125-0145 comercio@camaracordoba.com /  
Mroldan@camaracordoba.com

**Camerfirma**



**PUBLICACIÓN CERTIFICADA**  
ahorra costes innecesarios

seguro



sencillo



sin costes innecesarios



**SOLICITA MÁS INFORMACIÓN EN TU CAMARA DE COMERCIO**

**Cámara**  
Córdoba



# Diccionario para la exportación (II)

**Certificado de recepción:** Justificante conforme el cargador ha entregado mercancía en los almacenes del transportista internacional (o de su corresponsal) para su posterior transporte internacional.

**Cláusula escoba o cláusula catch.all:** Es una cláusula que intenta evitar que salgan de la Unión Europea productos que puedan ser utilizados para la fabricación de armas de destrucción masiva. Con esta cláusula se pretende que puedan controlarse las exportaciones de materiales de doble uso.

**Cobertura de divisas a plazo:** También llamada forward o seguro de cambio, es una operación que permite a la empresa comprar o vender una determinada cantidad de

divisas a un plazo determinado y a un cambio estipulado al contratar la operación.

La entrega de las divisas se efectuará en el momento del vencimiento al cambio pactado al inicio. Cualquier cambio en la cotización de la divisa no afecta al importador o exportador, ya que el coste o ingreso en la moneda nacional será el pactado en la formalización del contrato.

**Códigos de las divisas:** Son abreviaciones de las mismas que se utilizan en los mercados internacionales para no tener que escribir todo el nombre de la misma y que definen una divisa.

Corresponde a una norma ISO y es una abreviatura de tres letras: las dos primeras letras representa al país y la tercera letra al nombre de la divisa del país.

**Consortio de exportación:** Es una agrupación empresarial cuya finalidad común es la potenciación de creación de grupos de empresas exportadoras que, por si solas, tienen dificultades para afrontar las primeras fases del proceso de internacionalización.

**Forfaiting:** Es una modalidad financiera que

lleva implícito el aseguramiento del cobro de la exportación por parte del exportador. La entidad financiera anticipa fondos al exportador y le asegura el reembolso de su venta.

**IATA:** Es la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (International Air Transport Association). Agrupa a las principales compañías aéreas del mundo (270 miembros en aproximadamente 140 países).

**Puerto franco:** Es un territorio que goza de exenciones y bonificaciones de derechos aduaneros, pudiéndose cargar y descargar mercancías. En España los son Melilla, Ceuta y las Islas Canarias.

**Remesa simple:** Es un medio de pago que se utiliza para gestionar el cobro de documentos financieros que no van acompañados de documentos comerciales.

**Fuente:** C@scce (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

# La Cámara Responde

## ¿Cuándo nace la Cámara de Comercio de Córdoba?

La Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba se fundó como libre asociación de empresarios el 16 de Septiembre de 1886, con 204 socios. Adquirió el carácter de oficial al acogerse a las disposiciones del Real Decreto de 9 de abril de 1886 y que, tras los trámites oportunos, quedó constituida como Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba el 29 de octubre de 1886 adquiriendo, desde entonces, el carácter de Corporación de Derecho Público.

Su primera Junta Directiva fue:

- » **Presidente:** D. Rafael López Amigo
- » **Vicepresidente:** D. Carlos Carbonell y Morand
- » **Tesorero:** D. Antonio Carrasco y Luque
- » **Contador:** D. Rafael González Ripoll

## ¿Qué es el punto PIDI?

Los puntos PI+D+i (Puntos de Información sobre Actividades de Investigación, Desarrollo e Innovación) de los que la Cámara de Córdoba dispone de uno a través de un acuerdo con el Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI) son espacios donde empresas y emprendedores pueden tener un servicio de información y asesoramiento personalizado sobre los instrumentos de financiación que más se ajustan a sus necesidades y proyectos siempre en relación a actividades de Investigación, Desarrollo e Innovación por lo que si tiene un proyecto innovador puede solicitar un asesoramiento especializado sobre los esquemas de financiación pública que más se adecuan a sus necesidades.

## ¿En qué consiste el PAEM?

El Programa de Apoyo Empresarial a las Mujeres (PAEM) tiene como objetivo sensibilizar a las mujeres hacia el autoempleo y la actividad empresarial y ser un instrumento eficaz para la creación y consolidación de empresas lideradas por ellas.

Cuenta con el apoyo financiero del Fondo Social Europeo y de la Secretaría de Estado de Servicios Sociales e Igualdad del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad. Es un programa dirigido a mujeres con inquietud emprendedora y con una idea o proyecto de negocio. A través del PAEM se ofrece

información y asesoramiento sobre todos los aspectos que la emprendedora debe tener en cuenta a la hora de crear su propia empresa. ¿A dónde dirigirse? Área de Desarrollo Empresarial de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba. Tel. 957 296199 Extensiones, 0103, 0144 o 0107 / paem@camaracordoba.com

## Soy Empresario y me gustaría tener a alumnos haciendo prácticas en mi empresa ¿Tiene la Cámara de Comercio de Córdoba algún programa de prácticas en empresas?

Sí, la Cámara de Comercio de Córdoba cuenta con el programa de Experiencias Profesionales para el Empleo (EPES), que es uno de los programas de Inserción laboral de la Consejería de Empleo y está destinado a desempleados que tengan formación pero que no tengan experiencia profesional relacionada con dicha formación.

Los requisitos para los desempleados son dos: El primero haber terminado una titulación universitaria, de formación profesional reglada (grado medio o superior) o un curso de formación profesional para el empleo dentro de los dos últimos años. El segundo ser usuario de la red Andalucía Orienta.

Para las empresas los requisitos fundamentales son: tener necesidades de incorporación de personal, centro de trabajo en la provincia de Córdoba y ser empresa privada.

Las prácticas, con una duración de dos meses y distribuidas en 20 horas semanales, son remuneradas a través del programa y gratuitas para el empresario. Para mas información sobre este programa pueden contactar con el técnico responsable: Gaudencio Díaz - Tl: 957296199 ext. 0147 / practicas@camaracordoba.com

**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**



# 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)

# MBA

MASTER EN CORDOBA

# MASTER IN BUSINESS ADMINISTRATION



**2<sup>a</sup>**  
edición

*La forma más rápida y eficaz de aprender a gestionar empresas*

## CARACTERÍSTICAS:

- 2ª edición del Master MBA en la Cámara de Comercio de Córdoba
- 36 ediciones realizadas en diversas Cámaras de Comercio de toda España (Sevilla, Málaga, Granada, Toledo, Jaén Huelva, Albacete, Linares y Córdoba)
- Docentes con una dilatada experiencia en empresas españolas e internacionales y que son profesores en las principales Escuelas de Negocio de España
- De Octubre de 2012 a Julio de 2013
- Impartición presencial: viernes tardes y sábados mañana
- Posibilidad de bonificar parte del coste del Master a través del Crédito Formativo - Fundación Tripartita
- Master destinado a Profesionales, Directivos, Empresarios, Emprendedores, Licenciados o Diplomados.

## MÁS INFORMACIÓN:

Cámara de Comercio de Córdoba  
c/ Pérez de Castro, 1  
14003 - Córdoba  
957296199 ext. 0 105  
amantero@camaracordoba.com  
mcarrasco@camaracordoba.com  
www.master-cordoba.com



[www.master-cordoba.com](http://www.master-cordoba.com)



Organiza:

**Cámara**  
Córdoba

Colabora:



**CLAUSTRO SENIOR**

GESTION EMPRESARIAL