

# Cámara

## Córdoba

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



**Las Cámaras europeas consideran necesaria una organización cameral fuerte en España**

**NOVEDADES FORMATIVAS:**  
Cursos monográficos de Comercio Internacional

El valor de la comunicación en las empresas

## Sumario

3-6

### OPINIÓN

*Editorial*

*Firma invitada: Felipe Sánchez*

*El experto opina: Luis Maciá y Gloria Loayza*

7

### NOVEDADES FORMATIVAS

*Cursos monográficos de Comercio Internacional*

8-9

### INSTITUCIONAL

*La Cámara da a conocer a los empresarios agrarios los seguros y líneas de financiación*

*El Pleno aprueba la liquidación presupuestaria de la Cámara correspondiente a 2011*

*Reunión con empresas del sector agroalimentario*

10-11

### EUROCHAMBRES

*Las Cámaras europeas consideran que una organización cameral fuerte en España es necesaria para reforzar la red continental de apoyo a las pymes*

12-13

### ENTREVISTA

*Entrevista al gerente de Frutos Secos Sagacor, José Fernando Sánchez*

14-15

### COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

*El valor de la comunicación en las empresas*

16

### DESARROLLO EMPRESARIAL

*Optimismo frente a la crisis*

17

### INTERNACIONALIZACIÓN

*10 claves para exportar con éxito*

18

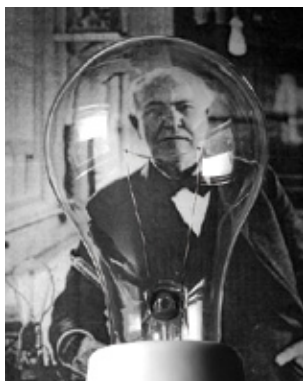
### EXPORTACIÓN

*Diccionario para la exportación (III)*

19

### LA CÁMARA RESPONDE

*Respuestas a consultas de los empresarios*



“No he fracasado.  
Acabo de  
encontrar 10.000  
maneras que no  
funcionan”

**Thomas Edison**  
(Inventor y Científico)

## Editorial { **Cámara** Córdoba

**E**n este número de la revista hemos decidido no centrarnos sólo en lo local y le hemos dado cabida al ámbito más europeo de las Cámaras para que se conozca que existe una red vertebrada y operativa de estas instituciones europeas que permite una proximidad y contacto directo con las empresas. Precisamente, el pasado mes de junio la cúpula de EUROCHAMBRES (Eurocámaras), organización que integra a 2.000 Cámaras de Comercio de todo el continente y que representa a 20 millones de empresas (el 95 por ciento de ellas son pymes), se reunió por primera vez en España, en Madrid, desde que se fundó en 1.958.

Eurocámaras, la Asociación Europea de Cámaras de Comercio, es hoy por hoy un reconocido portavoz de los intereses de las empresas ante las diferentes instituciones de la Unión Europea. Facilitar la cooperación entre las Cámaras de toda Europa le ha permitido establecer una red de contactos importantísima al servicio de las empresas, que cuentan con una estructura de Cámaras continental muy potente. Esta organización europea es un todo formado por entidades camerales nacionales y locales, que son imprescindibles para que Eurocámaras tenga sentido. Todas estas piezas locales y nacionales forman un todo, un puzzle cameral europeo que saldrá reforzado si se cuenta con una organización cameral fuerte en España y en el resto de países europeos.

Se nos debería garantizar que las Cámaras en España tuviéramos todos los medios necesarios para poder cumplir con nuestras funciones como Corporaciones de Derecho Público.

Síguenos en:



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

# Despido y salarios de tramitación tras la reforma laboral



**Felipe Sánchez**

Bufete Ignacio Sánchez. Asesoramiento y gestión de empresas.

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

Ardieron los medios de comunicación y las redes sociales el pasado mes de febrero tras la publicación de la reforma laboral contenida en el Real Decreto Ley 3/2012 (transformado en julio en la Ley 3/2012). Un texto de 63 páginas del BOE con multitud de cambios normativos quedó reducido en prensa, radio y televisión a un único titular: la rebaja de indemnización por despido a 33 días de salario por año de servicio.

Sin entrar en valoraciones políticas, desde nuestro bufete, como especialistas en Derecho Laboral, nos ha sorprendido, no el simplismo y la imprecisión de periodistas y tertulianos, sino que los más críticos con la reforma laboral (sindicatos y partidos políticos de izquierda) hayan pasado por alto un cambio legislativo mucho más importante que la rebaja de la indemnización por despido: la desaparición en la práctica de los salarios de tramitación.

Hay que tener en cuenta que la rebaja de la indemnización por despido de 45 a 33 días de salario se aplicará de forma gradual. Toda la antigüedad generada antes del 12 de febrero de 2012 seguirá acarreado una indemnización de 45 días por año. Sólo la antigüedad generada a partir del 12 de febrero conllevará una indemnización de 33 días por año. Por ello, a la hora de fijar la indemnización de un trabajador hay que ha-

cer un doble cálculo, distinguiendo la antigüedad generada antes y después esa fecha. Esto implica que esta “rebaja del despido” apenas tendrá influencia a corto o medio plazo, de ahí que no tenga sentido darle tanta importancia. Por ejemplo, si en agosto 2012 un trabajador con una antigüedad de 10 años fuera despedido improcedentemente, la indemnización, según la normativa anterior a la reforma, ascendería a 450 días de salario (10 años x 45 días). Tras la reforma laboral, la indemnización sólo bajaría a 444 días de salario (9,5 años x 45 días más 0,5 años x 33 días).

Por contra, las modificaciones operadas en los salarios de tramitación tienen gran trascendencia práctica y suponen toda una revolución. Antes de la reforma laboral, cuando el juez declaraba la improcedencia de un despido, condenaba a la empresa a elegir entre readmitir al trabajador o abonarle la indemnización. Pero en ambos casos la empresa tenía que pagar salarios de tramitación. Estos salarios de tramitación implican abonar al trabajador el sueldo como si hubiera seguido trabajando en la empresa desde el despido hasta la fecha de la notificación de la sentencia (unos 4 meses). A ello hay que añadir la obligación de cotizar a la Seguridad Social por esos salarios de tramitación. En consecuencia, en muchas ocasiones nos encontrábamos que en despidos de trabajadores con poca antigüedad, suponían más dinero los salarios de tramitación que la propia indemnización por despido.

Tras la reforma laboral la empresa (salvo despidos de representantes de los trabajadores) sólo pagará salarios de tramitación en el caso de que opte por readmitir al trabajador, lo que antes era poco frecuente y ahora lo será aún menos. Si la empresa elige abonar la indemnización por despido no tendrá que pagar salarios de tramitación.

Este cambio es tan relevante que tanto empresarios como trabajadores deben replantearse las antiguas estrategias a la hora de afrontar un despido. Para el trabajador ya no tiene sentido agotar los plazos para presentar

la demanda al objeto de dilatar el proceso, que la sentencia llegue lo más tarde posible y cobrar más días de salarios de tramitación.

Para la empresa, actualmente carecen de sentido las estrategias conservadoras tendientes a evitar procesos judiciales, fundadas en el miedo a ser condenados a pagar salarios de tramitación. De hecho, ha desaparecido el tan utilizado “despido exprés”, que consistía en reconocer la improcedencia del despido y consignar el importe de la indemnización en la cuenta bancaria del Juzgado en un plazo de 48 horas tras el despido, como único medio de evitar que se generaran salarios de tramitación. Con demasiada frecuencia se recurría a esta práctica, a pesar de tener razones para justificar un despido disciplinario o por causas económicas, por el riesgo de no poder acreditar suficientemente esos motivos, perder el juicio y multiplicar el coste del despido por la aparición de salarios de tramitación.

Tampoco tiene ya sentido el cálculo de la indemnización al alza. La indemnización por despido se calcula en base a dos parámetros: la antigüedad y el salario del trabajador. A veces se producen casos en los que no está clara la antigüedad (por tener varios contratos, por cambio de empresario, etc) y/o el salario (por existir conceptos dudosos como dietas, comisiones, etc). En estas ocasiones con frecuencia la empresa se veía obligada a calcular la indemnización conforme al criterio más favorecedor para el trabajador, pues un cálculo incorrecto (salvo error aritmético o excusable) producía que la consignación del dinero efectuada mediante el llamado “despido exprés” no tuviera validez y generara salarios de tramitación.

A partir de ahora la empresa podrá adoptar posturas más beligerantes ante un despido, sin temor a discutir judicialmente tanto las causas del despido como el importe de la indemnización, puesto que las consecuencias perjudiciales de que el despido sea declarado improcedente se limitarán únicamente a la indemnización.

# La Responsabilidad Social Empresarial como valor fundamental de la empresa del siglo XXI



Luis Maciá Magrané  
miembro de la Junta Directiva de AJE Córdoba



## INTRODUCCIÓN

Consideramos la definición de “empresa” (acción, compañía, negocio, proyecto,...) como aquel “conjunto de recursos tecnológicos, financieros y humanos suficientemente organizados y coordinados para la consecución de un objetivo” o bien aquella “unidad económica dotada de capital en la que un grupo de personas trabajan, de forma ordenada y jerarquizada, en la producción o transformación de bienes o en la organización de servicios”.

La base fundamental de toda empresa es la IDEA, el objetivo que se pretende conseguir o el bien social que se pretende satisfacer, ya sea proporcionando mejores productos o mejores servicios al grupo de clientes o consumidores al que nos dirigimos. Pero, para hacer realidad esa idea, es necesario definir lo que llamamos Política empresarial, a modo de declaración de principios, donde se exprese la voluntad de servicio hacia la comunidad.

En el sector de la Formación sabemos que, para redactar buenos contenidos, tenemos que definir un Objetivo general, para continuar con Objetivos específicos y acabar con Objetivos operativos. Podríamos hacer un símil en el ámbito empresarial, si equiparamos:

- » Política empresarial = Objetivo general
- » Planificación estratégica = Objetivos específicos
- » Manual de procedimientos = Objetivos operativos

Definir claramente el objetivo ideal, hacia donde queremos dirigir nuestro proyecto, resulta básico para seguir estructurando cada una de las fases de desarrollo del mismo. Por tanto, el primer paso consistirá en definir nuestra Política General de Empresa, en la que se describirán objetivos, planteamientos y VALORES que marcarán el sello de identidad de nuestra actuación. Es ahí donde habrá que hacer mención a la Responsabilidad Social Empresarial que queremos sea el factor diferenciador de nuestra empresa ante nuestros competidores.

Podemos definir la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como la “declaración voluntaria realizada por la empresa acerca de sus principios éticos y socialmente responsables ante la sociedad, el medio ambiente y el entorno de trabajo”.

## BENEFICIOS DE LA IMPLANTACIÓN

La puesta en marcha y seguimiento de un Plan de RSE reportará los siguientes beneficios, a corto plazo:

- » Mejora de la productividad global
- » Mayor satisfacción del cliente
- » Mejora de la imagen externa de la organización
- » Ajuste de costes y gastos generales
- » Respeto al medio natural

## ORIENTACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE RSE:

**CLIENTE INTERNO:** Reconocimiento del desempeño, Conciliación vida familiar, Igualdad de oportunidades, Transparencia, Comunicación fluida, Accidentalidad cero, Trabajo en equipo.

**CLIENTE EXTERNO:** Productos y Servicios de calidad a buen precio, Encuestas de satisfacción al cliente, Selección de proveedores y pagos sin demora, Sinergias positivas entre competidores.

**MEDIO AMBIENTE:** Respeto al entorno natural, Identificación y Control de materias primas, Energía de transformación utilizada y Control de residuos producidos.

**SOCIEDAD EN GENERAL:** Patrocinios deportivos y saludables, Mejora de la imagen general de la empresa, Colaboración con organismos nacionales e internacionales no gubernamentales.

## RENDIMIENTO/IMPACTO DE LA RSE

Con respecto a la implantación y seguimiento de la RSE, lo mejor de todo es que no supone inversión alguna para la empresa. Es decir, simplemente con el deseo y voluntad de la Dirección de poner en marcha este sistema de gestión es suficiente para comprobar la eficacia del mismo y su traducción, a medio plazo, en beneficios tangibles.

Según un estudio de Adecco, en los últimos 5 años se ha duplicado el índice de absentismo laboral en nuestro país. La causa principal: **la insatisfacción laboral**. Aproximadamente cifra en un 50% del total del incremento que se ha producido.

Si conseguimos tener una plantilla feliz, que conozca sus objetivos, que sea reconocido su trabajo, que se implique en los valores de la empresa, comprobaremos cómo descende el número de horas perdidas por incapacidad transitoria y aumenta progresivamente la productividad de la empresa. Inversión: CERO, Retorno: Infinito.

Animo desde estas líneas a emprender Planes de RSE en toda Pyme que quiera destacar en el conglomerado empresarial tan competitivo como tenemos en nuestros días. Nuestra salud nos lo agradecerá.

# PERÚ LA OPORTUNIDAD GIGANTE



Gloria Loayza Castillo  
CEO NEWSTRADE

Nunca olvidaré haber mencionado que tenía la seguridad que DE SER EL PROBLEMA HEMOS PASADO A SER LA SOLUCIÓN, orgullosa me siento de poder aportar a quienes también me aportaron. Es por esto que hace un par de años decidí que era el momento en que yo podía proponer soluciones.

Si nos referimos a Perú unos 15 años atrás, tendríamos que mencionar la triste y desconcertante situación política y económica por la que atravesaba mi país, razón por la que yo, como muchas personas, tuvimos que salir para continuar y luego sin lugar a duda aportar.

La expectativa de las inversiones españolas en Perú crece paulatinamente, pues el momento por el que pasa el país andino es insuperable, las expectativas son cada día mayores y la prueba de ello son las empresas españolas que ya se encuentran allí, no sólo ejecutando su labor comercial sino ya establecidas en Perú, en sus 25 regiones, cada una ofreciendo sus propias riquezas y necesidades.

No sólo España esta estableciéndose, sino también la comunidad internacional, pues PERÚ está muy acreditado. Las autoridades peruanas brindan las condiciones para que permitan que las inversiones se concreten.

A pesar de una economía mundial más débil e incierta, durante el periodo 2011-2014 el Perú está en la capacidad de mantenerse como la economía de mayor crecimiento



en la región y crecer a tasas sostenidas en torno al 6% anual.

Hay varios puntos fuertes en la economía peruana, el primero es la política de establecer tratados de libre comercio, que expanden nuestra cartera de productos y nos permiten defendernos mejor de la crisis. Luego, está la muy buena estabilidad macroeconómica, con baja inflación y reducido déficit fiscal, que yo califico a estas alturas como un patrimonio nacional. En tercer lugar, la solidez del sistema financiero peruano, tenemos bancos muy fuertes. Y en cuarto lugar, el Perú ofrece muchos sectores prometedores para la inversión, como el turismo, minería, construcción, la energía, los servicios y tecnología. En algunos de ellos, ni siquiera se ha empezado a trabajar.

“En primer lugar, Perú es un país solvente y competitivo, pero hay algo mucho más importante: en muchos sectores aún está todo por hacerse”

Con un panorama así, ahora les toca a los empresarios españoles asumir su gran reto: PENSAR, sin hacerse “trampas en el solitario”, en la estrategia que están desarrollando en su empresa cara a la mala coyuntura actual que estamos soportando en Europa, y por ello, pensar si continúa en la misma línea o realmente tiene que hacer un giro de 180 grados y abrir su mente y cultura a nuevas perspectivas, a nuevos mercados; DECIDIR cómo puede hacerlo, qué herramientas necesita emplear, cuánto puede y tiene que invertir y en quién se puede apoyar; y ACTUAR, hacerlo, invertir su tiempo y sus recursos en ejecutar esta decisión bien planificada, no sin antes formarse bien para conocer a fondo todos los aspectos del país latinoamericano y así, poder establecerse con seguridad y capacidad de actuación.

Sólo de esta forma, podrán abordar con garantías de éxito la OPORTUNIDAD GIGANTE

que Perú les ofrece. En ello venimos trabajando en NEWSTRADE, viajando con empresas españolas, con el fin de garantizarles su establecimiento en mi país y su desarrollo comercial en las diferentes regiones.

El desafío de América Latina

Perú se ofrece a España como refugio ante la crisis económica en la zona euro

A inicios de este año 2012 se celebró el Foro Invertir Perú, subrayándose las buenas condiciones de la economía.

Las empresas españolas buscan compradores a los que vender sus bienes y servicios ante el deterioro que están sufriendo sus principales socios comerciales. Uno de cada dos euros que exportan tiene como destino los grandes países de la zona euro. El objetivo que se ha planteado el nuevo Ejecutivo el Presidente de Perú Sr. Ollanta Humala.

El Ministro de Economía en el Foro comentó: “Necesitamos una inversión de 38.000 millones de euros en los tres próximos años para completar las obras pendientes en la industria extractiva y en las infraestructuras”, ante una nutrida representación empresarial entre los que se encontraban Sebastián Escarrer (Sol Meliá), Ignacio Entrecanales (Acciona), Luis Delso (Isolux) o José Lladó (Técnicas Reunidas).

España cuenta con una gran ventaja. El empresario español debe saber que su capital va a ser tratado como capital peruano: no hay restricciones al movimiento de dinero.

El Sector Turismo necesita desarrollarse y para ello se debe poner énfasis en las inversiones identificadas para el desarrollo turístico que incluyen proyectos de transporte, vivienda, gestión de residuos sólidos y agua y saneamiento, formación, servicios, y más...

Hay mucho interés por los mercados emergentes. En momentos en que el crecimiento es bastante bajo en países desarrollados como Europa, Estados Unidos y Japón, hay recursos que están buscando cómo colocarse en zonas más dinámicas como América Latina y Perú, en particular, es uno de esos mercados atractivos.

Entre el amplio abanico de sectores atractivos para los españoles, las infraestructuras viales, los sistemas de riego, las energías renovables, el turismo, la hostelería o la electricidad, entre muchos otros: “Son inagotables y no hay límites”

Gloria Loayza Castillo & Miguel Angel Medina Jimenez-Andrades trabajamos con la ilusión de aportar soluciones y favorecer a las empresas españolas.



# Cursos monográficos de Comercio Internacional

SE VAN A OFERTAR OCHO CURSOS PRESENCIALES IMPARTIDOS DE LUNES A JUEVES EN LA SEDE DE LA CÁMARA POR EL DOCENTE ANTONIO JIMÉNEZ

La Cámara de Comercio de Córdoba ha organizado por primera vez 8 cursos monográficos especializados en Comercio Internacional, que dotarán a los asistentes de los conocimientos necesarios a nivel operativo y práctico en cada una de las especialidades recibidas. Aquellos que realicen todos los cursos serán capaces de realizar todas las operaciones en un departamento de Comercio Exterior, incluso iniciar la exportación desde cero en una empresa.

Características de los cursos:

- » **Modalidad:** Presencial
- » **Horario:** 19:00 a 22:00 horas de lunes a jueves
- » **Plazas:** Limitadas hasta completar aforo.

» **Lugar de Celebración:** Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba (C/. Pérez de Castro, 1)

» **Coste:**

\***100% bonificable** a través del crédito de la formación continua - Fundación Tripartita.

\*Para aquellas matrículas no susceptibles a la bonificación anterior, tendrán una **beca del 30%** sobre el coste total del curso (Beca concedida por la Cámara de Comercio)

Para más información e inscripciones: Antonio Mantero (amantero@camaracordoba.com /957296199 ext. 0105) y María Carrasco (mcarrasco@camaracordoba.com / 957 296199 ext. 0148).

Descripción del curso Monográfico	Duración	Fechas	Coste
<b>1- Financiación en el Comercio Internacional</b> - Operaciones de Financiación en el Comercio Internacional. - Financiación de las Exportaciones. - Financiación de las Importaciones. - Mercado de Divisas. - Riesgo de Tipo de Cambio: gestión e Instrumentos de Cobertura	24 h.	08 - 18/10/2012	312 €
<b>2 - Logística y Transporte</b> - Logística en el Comercio Internacional. - Protección Física de la Mercancía. - Protección Jurídico-Económica de la Mercancía. - Transporte Internacional. - Transporte Marítimo. - Transporte por Carretera. - Transporte Aéreo. - Transporte Ferroviario. - Transporte Multimodal.	36 h.	12 - 29/11/2012	468 €
<b>3 - Contratación Internacional</b> - Fundamentos de la Contratación Internacional. - Incoterms 2010. - Contrato de Compraventa Internacional. - Contrato de Agencia. - Contrato de Distribución. - Otros Contratos.	24 h.	10 - 20/12/2012	312 €
<b>4 - Medios de Pago</b> - Forma y Medios de Pago Internacionales. - Cheque. - Transferencia. - Orden de Pago. - Remesa. - Crédito Documentario. - Seguro de Crédito - Factoring - Forfaiting	18 h.	Enero 2013	234 €
<b>5 - Marketing Internacional</b> - Estrategia y Planificación Comercial. - Plan de Marketing Internacional. - Selección de Mercados Exteriores. - Análisis y Adaptación del Producto. - Formas de Acceso a Mercados Exteriores. - Elaboración de la Oferta Internacional. - Comunicación Comercial.	24 h.	Febrero 2013	312 €
<b>6 - Negociación Internacional</b> - Aspectos Culturales de la Negociación Internacional. - La Comunicación en las Relaciones Comerciales Internacionales. - Comportamientos y Estilos en la Negociación Internacional. - Protocolo en las Relaciones Comerciales Internacionales. - Estrategia de Negociación Internacional. - Aprovechamiento de Ferias	15 h.	Marzo 2013	195 €
<b>7 - Gestión Aduanera</b> - Fiscalidad sobre el Comercio Exterior. - Destinos Aduaneros. - Deuda Aduanera. - Clasificación Arancelaria de las Mercancías. - Origen de las Mercancías. - Valor en Aduana de las Mercancías. - Política Comercial Exterior de la Unión Europea.	24 h.	Abril 2013	312 €
<b>8 - El IVA en el Comercio Internacional</b> - El IVA en las Operaciones Intracomunitarias. - Regímenes Particulares. - El IVA en las Operaciones con Terceros Países. - Exenciones en Áreas Exentas. - Exenciones relativas a Regímenes Aduaneros y Fiscales. - Obligaciones Formales de los Sujetos Pasivos. - Gestión y Liquidación del Impuesto.	24 h.	Mayo 2013	312 €

PROVINCIA



## Taller de Iniciación de Comercio Electrónico y Nuevos Yacimientos de Empleo en Puente Genil

El pasado 12 de julio la Cámara de Comercio celebró, a través de su antena local de Priego de Córdoba y con la colaboración de la Asociación de Empresarios de Puente Genil (Asojem), un Taller de Iniciación al Comercio Electrónico y Búsqueda de Nuevos Yacimientos de Empleo en Puente Genil.

Con la ayuda del marketing digital, basado en experiencias inspiradoras de casos de éxito de emprendedores que encuentran Nuevos Yacimientos de Empleo, se pretende con este tipo de talleres aportar experiencias y conocimientos prácticos que ayuden a abrir un negocio a Internet desde 0.

El ponente, Juan Antonio Caballero, trató, entre otros temas, sobre los gestores de contenidos y de tienda online, la búsqueda de mecanismos y herramientas óptimos para tener éxito en la red y los Social Media.

PROVINCIA



## La Cámara da a conocer a los empresarios agrarios los seguros y líneas de financiación

EL SEMINARIO SE CELEBRÓ DE FORMA CONJUNTA CON LA CAIXA. LOS PONENTES FUERON JOSÉ FERNÁNDEZ Y MÓNICA BAYONA

La Cámara de Comercio de Córdoba, a través de su antena local de Palma del Río, y en colaboración con La Caixa, celebró el pasado 2 de julio en este municipio el seminario gratuito "Seguros Agrarios y Líneas de Financiación", enmarcado en las actividades que programaron realizar la Cámara y La Caixa con el convenio de colaboración firmado el pasado 7 de febrero.

El acto de apertura corrió a cargo del gerente de la Cámara, Francisco Javier Castillo, la primera teniente de alcalde del

ayuntamiento de Palma del Río, Natividad García, y el responsable de Negocio Agrario de La Caixa, Pascual Berchez.

La jornada se dirigió a empresarios y autónomos agrarios con la finalidad de informarles sobre los seguros agrarios más usuales para la comarca así como de las líneas de financiación más asequibles a sus necesidades.

Los encargados de las conferencias fueron José Fernández, director del Sector Agrario de La Caixa, y Mónica Bayona del Grupo SegurCaixa Holding.

## Talleres Agrarios de Nuevas Oportunidades de Negocio, Mejora y Competitividad

Días 14 y 15 de Septiembre

**Turismo Agroindustrial**  
**Estado Actual de la Reforma de la PAC**  
**Alternativas Saludables Fitosanitarias**

**Sistemas Antivuelco para Tractores**  
**PRL en la Agroindustria**  
**La Cámara ante la Crisis**

**Cámara**  
 Córdoba

Inscripciones: [priego@camaracordoba.com](mailto:priego@camaracordoba.com)  
 957 006 245 - Antena Local de Priego de Córdoba

## El Pleno aprueba la liquidación presupuestaria de la Cámara correspondiente a 2011

SE ACORDÓ TAMBIÉN LA FIRMA DE VARIOS CONVENIOS, ENTRE ELLOS CON EL CIRCE PARA QUE LA CÁMARA SE CONVIERTA EN PUNTO DE ASESORAMIENTO E INICIO DE LA TRAMITACIÓN (PAIT)



El Pleno de la Cámara de Comercio de Córdoba aprobó el pasado 17 de julio la liquidación del presupuesto ordinario de ingresos y gastos correspondiente a las cuentas de la Corporación de 2011.

En números, los ingresos de la Cámara ascendieron a 3.832.221,30 euros y los gastos a 2.814.397,84 euros, existiendo unas cuantías de cuentas por cobrar que suman 932.264,69 euros, por lo que el superávit de tesorería para el ejercicio 2011 se sitúa en 85.558,77 euros.

También se aprobó por unanimidad un presupuesto extraordinario de 2012 para lfe-

co que asciende a 232.000 euros para que la Corporación haga frente a sus responsabilidades, en la parte que le corresponde, en cuanto al pago a los acreedores de la institución ferial según se acordó en el pleno celebrado el pasado 24 de febrero.

### Convenios de colaboración

Además, en el Pleno se trataron otros asuntos como la aprobación de varios convenios de colaboración, entre ellos con el Centro de Información y Red de Creación de Empresas (CIRCE) del Ministerio de Industria para que la Cámara se convierta en Punto de Asesoramiento e Inicio de la Tramitación (PAIT), con la Fundación Incyde para la realización de dos cursos de Enoturismo en Montilla y Creación y Consolidación de empresas en Córdoba y con Generali Seguros para ofrecer tarifas especiales a las empresas adscritas a la Cámara. También, se ha aprobado la renovación del Programa de Apoyo Empresarial a las Mujeres (PAEM).



## Reunión con empresas del sector agroalimentario

La Cámara de Comercio acogió el pasado 18 de julio una reunión de trabajo con empresas del sector agroalimentario.

El presidente de la Cámara, Ignacio Fernández de Mesa, y el gerente, Francisco Javier Castillo, recibieron a 12 empresas con el objetivo de conocer sus necesidades empresariales y los mercados que les interesan para exportar.

Las firmas que participaron en este encuentro fueron Almendras Francisco Morales SA, Anfora Quality Products SL, Productora Española de Dietética del Sur SL, Olivarera San Isidro SCA, Califa Global Trading SL, 1050 AC SL, Agroganadera Adell SL, Exclusivas Priego SL, Bodegas y Destilerías del Sur, Alimentos Iberandalus, Oro de Munda y Beloyana SA.

## La Cámara abre la convocatoria de ayudas de

**InnoCámaras**

El nuevo Programa EcoInnoCámaras (enmarcado dentro del programa InnoCámaras) está incluido en el Programa Operativo "I+D+i por y para el beneficio de las empresas - Fondo Tecnológico 2007-2013". Está cofinanciado a través de la Cámara en un 80% por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) de la Unión Europea y se plantea como una experiencia piloto en Andalucía con vocación de proyección nacional.

El objetivo principal es apoyar a la pyme en la incorporación de soluciones innovadoras en el campo del medio ambiente y del desarrollo sostenible detectando y ejecutando las iniciativas técnica y económicamente más indicadas al empresario participante en el ámbito de la ecoinnovación. El programa se caracteriza por su orientación hacia las demandas específicas de las pymes, mediante el desarrollo de una metodología mixta de diagnóstico, apoyo en el proceso innovador y difusión del conocimiento que permita incorporar la innovación sostenible de modo sistemático a su actividad habitual.

El programa engloba dos fases secuenciales:

- » Fase I de auditoría energética, que es gratuita para la empresa y tiene un coste estimado de 1.800 euros.
- » Fase II de implantación de planes y/o herramientas sostenibles de mejora. Está subvencionado en un 80% (tope de 6.000 euros).

Para más información: Luis Díaz (comercio@camaracordoba.com/957 296199 ext. 0125).

# Las Cámaras europeas consideran que una organización cameral fuerte en España es necesaria para reforzar la red continental de apoyo a las pymes



LAS PYMES SON EL MOTOR DEL CRECIMIENTO ECONÓMICO Y LAS PRIMERAS QUE GENERARÁN EMPLEO PRODUCTIVO EN EUROPA Y ESPAÑA. 1.300.000 EMPRESAS SE CREAN ANUALMENTE EN EUROPA CON EL APOYO DE LAS CÁMARAS

Las Cámaras de Comercio Europeas (EUROCHAMBRES) han hecho un llamamiento al Gobierno español para que garantice a sus homólogas españolas un marco legal adecuado, que les permita llevar a cabo sus funciones: prestar servicios a las PYMES, según se desprende de su declaración, hecha pública tras su reunión en Madrid. "Teniendo en cuenta la crisis económica y financiera que está viviendo la Unión Europea, no debe sacrificarse ningún instrumento de apoyo a las pymes, que son el motor del crecimiento eu-

ropeo, los principales generadores de empleo y uno de los pilares de la cohesión económica y social".

Según ha declarado el presidente de EUROCHAMBRES, el italiano Alessandro Barberis, para la recuperación económica y la progresiva salida de la crisis, "las Cámaras de Comercio desempeñan un papel trascendente y de vital importancia, por su cercanía y conocimiento de los problemas que más acucian a las empresas, sobre todo a las pequeñas y medianas. Asimismo, las Cámaras tienen un compromiso permanente con las empresas, con el desarrollo regional y local, así como con la cohesión del mercado".

Además, debido a su capilaridad, según ha manifestado Barberis, las Cámaras de Comercio son las únicas instituciones empresariales europeas que tienen:

- » Proximidad y contacto directo con las empresas, lo que permite a las Cámaras estar mejor situadas.
- » Una cobertura territorial que asegura la continuidad de los servicios de las Cámaras, incluso en las zonas menos desarrolladas.
- » Una red de Cámaras europeas operativa, que permite la transferencia de know-how, experiencia y cooperación entre los socios.

Por último, "La salida de la crisis", ha declarado Barberis, "nunca podrá conseguirse de forma individual, sino colectiva y todos tenemos la obligación de poner lo mejor de nuestras instituciones y organizaciones al servicio de búsqueda de soluciones prácticas y realistas, que es lo que necesita urgentemente Europa en estos momentos".

## Cumbre en Madrid

Madrid se ha convertido durante los días 19 y 20 de junio en la capital de las Cámaras de Comercio europeas. La cúpula de EUROCHAMBRES, asociación que integra a 2.000 Cámaras de Comercio de todo el continente y que representa a 20 millones de empresas (el 95% de ellas, PYMES) se ha reunido en España, por primera vez, desde su fundación en 1.958.

Durante su estancia en España, la presidencia de EUROCHAMBRES ha mantenido reuniones con distintas autoridades españolas y representantes del Gobierno. Así, el día 19, los presidentes de las Cámaras europeas fueron recibidos, en audiencia, por **S.M. El Rey Juan Carlos I**, a quien han compartido sus inquietudes y proyectos.



### La voz de 20 millones de empresas

Eurochambres - creada en 1958 un año después del nacimiento de las Comunidades Europeas- es la asociación que aglutina a 2.000 Cámaras de Comercio de 45 países del continente y se ha convertido en uno de los pilares de la representación empresarial ante las instituciones europeas. Las Cámaras de Comercio en Europa son líderes en áreas como la formación. en el

- » Las Cámaras aportan anualmente a las empresas soluciones y apoyo en management, formación, internacionalización, innovación, nuevas tecnologías, gestión administrativa, asesoramiento en financiación, planificación, orientación y tutorización de negocio comercial
- » Son facilitadoras para la creación, crecimiento y transferencia de empresas (1.300.000

- » (1.200.000 empresas se benefician anualmente de sus servicios de internacionalización. 4.500.000 documentos emitidos, relacionados con asuntos de comercio exterior. 90.000 empresas han participado en misiones internacionales organizadas por las Cámaras. 85.000 empresas participan cada año en seminarios y talleres sobre temas internacionales y comercio exterior. Organizan anualmente 50.000 misiones comerciales. 4.000 profesionales de las Cámaras trabajan fuera de la UE para apoyar la internacionalización de las empresas europeas)
- » Son proveedoras reconocidas de servicios de innovación y eficiencia energética (250.000 empresas se benefician cada año de sus servicios de innovación. 128.000 empresas participan en jornadas de sensibilización sobre innovación y nuevas tecnologías. 4.000 eventos sobre innovación. 1.500 asociaciones entre empresas y centros de innovación auspiciadas por las Cámaras.

## 2.600.000 personas al año reciben formación directa de las Cámaras

caso de las alemanas y las austríacas, el apoyo a los emprendedores y la creación de empresas, así como de la internacionalización y la innovación en las empresas.

### Cámaras de Comercio europeas: principales cifras

- » Las Cámaras de Comercio son las únicas instituciones empresariales en Europa con actividades dirigidas a fortalecer la competitividad de las empresas.
- » Cubren prácticamente todo el continente europeo, al frente de 45 países y representan a 2.000 cámaras de Comercio, 20 millones de empresas y cuentan con 120 millones de empleados.
- » Sus objetivos prioritarios se centran en las PYMES que son el motor del crecimiento europeo, las principales generadoras de empleo y economía productiva y los pilares de la cohesión económica y social de los países de la UE.

empresas creadas anualmente en Europa con el apoyo de las Cámaras. 575.000 han participado en jornadas informativas para la creación de empresas. 265.000 han recibido apoyo directo para la puesta en marcha de su negocio)

- » Son instituciones claves para mejorar las competencias profesionales. (2.600.000 personas al año reciben formación presencial de las Cámaras. 40.000 reciben formación especial on-line)
- » Son referentes en formación profesional, elemento fundamental para la resolución del desempleo juvenil (El 81% de las Cámaras colabora con institutos educativos y de formación profesional. El 75% de las Cámaras colaboran directamente en el diseño de programas de educación secundaria y de formación profesional. El 60% de las Cámaras imparten enseñanzas en formación profesional)
- » Son líderes en la internacionalización de empresas



# José Fernando Sánchez Martínez

Gerente de Frutos Secos Sagacor S.L.

Esta empresa, situada en el Polígono Industrial de las Quemadas, se dedica a la importación y comercialización de frutos secos y golosinas

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

Los comienzos, allá por la década de los 90, fueron difíciles ya que el fruto seco contaba con numerosos impedimentos que a posteriori fueron desapareciendo. El problema principal era el rechazo que ofrecían la mayor parte de los consumidores ante el desconocimiento del producto.

Concretamente la empresa se fundó en el año 1996, consolidándose a lo largo de los años dentro del sector de

los frutos secos hasta llegar a ser una de las fábricas más importantes del sur de España. Ello ha sido posible gracias a la característica de ser importadores y fabricantes, ya que no sólo nos ha permitido ofertar buenos precios, sino que, éstos también han ido asociados a una excelente calidad, la cual ha sido una de las bases principales de nuestro trabajo. La suma de todos estos valores ha dado como resultado que hoy en día la empresa haya afianzado sus pilares y pueda sobrevivir a la crisis en la que estamos inmersos. Al menos, es lo que intentamos.

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

Nuestro sector tiene actualmente poca relevancia en la economía cordobesa. Por un lado nuestros proveedores se encuentran en el extranjero, nosotros no interactuamos con el agricultor local, ya que aquí no se cultivan los productos que nosotros trabajamos, y por otro la mayoría de nuestros clientes están repartidos por toda nuestra comunidad autónoma.

## ¿De qué países importa los frutos secos?

La importación del fruto seco ha ido evolucionando en los últimos años. En el pasado, apenas se conocía la quinta parte de las variedades que hoy en día se pueden adquirir en cualquier establecimiento de comestibles. Actualmente, en los países desarrollados podemos encontrar frutos secos de todos los orígenes. Como ejemplo destacamos las zonas desde donde proceden la mayoría de nuestras importaciones: Brasil (coquito o nuez de Brasil), India y Vietnam (Anacardo), Turquía (Uva pasa, orejón, avellana), Irán (Pistacho), Sudáfrica y Australia (Macadamia), California (Nuez, pistacho), Chile y Argentina (Nuez, uva pasa, ciruela), China (cacahuete, pipa de calabaza, nuez), Israel (Dátil), Tailandia (Fruta deshidratada).

## ¿Quiénes son sus clientes potenciales?

Nuestros clientes potenciales son los grandes almacenes de distribución y cadenas alimenticias, sin olvidar el sector detallista que hoy en día aún sigue siendo una importante cifra de nuestras ventas.

## ¿Cuáles son los problemas que



### **afrenta con más frecuencia en su día a día?**

El problema actual más delicado al que tenemos que hacer frente en la empresa es el relacionado con la gestión de cobro de nuestras facturas. La situación bancaria actual hace que la empresa actué en cierto modo de prestamista con sus clientes; ampliando plazos de pago, y concluyendo incluso a veces en situaciones de morosidad. A esta coyuntura debemos añadir el hecho de que el 80 por ciento de nuestro género proviene del exterior (cuyo pago por

puertos más cercanos e importantes, Valencia y Cádiz. Una vez que alcanzan nuestras instalaciones son almacenados directamente en nuestra cámara frigorífica, conservados en las condiciones más óptimas de temperatura y humedad.

Para su elaboración determinados productos se fríen, destacamos la almendra repelada, el anacardo, la pipa pelada, la nuez de macadamia y el cacahuete repelado. Para ello se utilizan las distintas freidoras industriales que tenemos añadiendo ingredientes tales



detalles que surgen en el día a día de la empresa y que no por ello son menos importantes; un reparto de mercancía a diario cuya finalidad es la de acortar los plazos de entrega de pedidos; una frecuente atención al cliente con el fin de lograr una mayor efectividad de nuestro trabajo; la revisión constante de los formatos a ofertar adaptados a la evolución de las necesidades del consumidor; búsqueda constante de mejora en el proceso productivo.

## **“La base fundamental de nuestra empresa es la calidad y el tueste diario”**

adelantado es exigido en la mayoría de los casos).

No obstante, gracias a que la empresa fue prudente a la hora de sus actuaciones en el pasado, podemos actualmente hacer frente económicamente a estos momentos difíciles sin tener que recortar en términos de calidad. Medidas de precaución de cara a los clientes, son llevadas a cabo con mayor frecuencia por parte de la empresa por medio de la contratación de productos financieros que ofrecen las compañías de seguro de garantía y caución.

### **¿En qué consiste el proceso de tostado industrial de los frutos secos?**

La base fundamental de nuestra empresa es la calidad y el tueste diario.

Los productos, los cuales se presentan en crudo, proceden la mayoría del extranjero, según detallamos anteriormente. Esta mercancía llega navegando por medio de contenedores hasta los

como el aceite y sal.

Para otros su elaboración es el tostado, por medio de hornos. Disponemos de dos hornos en cinta, un horno bola de leña y dos giratorios. Dependiendo del sabor que queramos conseguir se utilizará uno u otro. Productos que se tuestan son la almendra piel, el cacahuete, la pipa, la semilla de calabaza, el pistacho, y otros. Los ingredientes a utilizar son básicos, agua y sal.

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

A pesar de encontrarnos en un momento bastante difícil para la pequeña y mediana empresa española en general, nosotros intentamos seguir con nuestra filosofía de mantener una producción diaria del fruto seco, característica que nos ayudará siempre a mantener un producto recién elaborado y de calidad en el punto de venta.

Por otro lado, se intenta prestar también especial atención a esos pequeños

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

Tras muchos años al frente de mi negocio, podría decir que las principales claves para el éxito son la constancia en el trabajo, la seriedad con clientes y proveedores y el buen trato con los compañeros.

### **¿Qué consejo le daría a alguien que empieza como empresario?**

A pesar de las dificultades que encontramos hoy en día para abrir las puertas de un negocio, mi mejor consejo sería el de tener mucha fe en lo que uno piensa que puede funcionar. El camino que llega al éxito no es fácil y está plagado de muchos contratiempos y decepciones, pero sólo si se conserva la ilusión del primer día, se puede llegar a crear algo que dure y sea sostenible.

# El valor de la comunicación en las empresas



Vivimos en una sociedad de la imagen. Es importante saber comunicar y estar posicionado en un mercado cada vez más competitivo y exigente. Estar al tanto de las principales pautas para llevar a cabo una buena comunicación empresarial es imprescindible para que una empresa funcione bien y sepa transmitirlo.

El contexto en el que se mueven hoy en día las empresas ha cambiado mucho y en este entorno la comunicación debe ser un pilar importante para construir una identidad y diferenciarse del resto.

## ¿Qué es la comunicación empresarial?

Es el intercambio planificado de mensajes dentro y fuera de la empresa o institución. La comunicación empresarial o corporativa es la comunicación que proviene de una empresa, ONG, organismo público u organización y que se dirige a sus distintos públicos, que pueden ser internos (empleados, accionistas...) o externos (clientes, medios de comunicación, agrupaciones empresariales, la sociedad en general...).

La comunicación es una herramienta estratégica y competitiva que se debe utilizar como base donde se asiente la estructura de la empresa. Hay que lograr transmitir mensajes claros a través de los canales adecuados. Por ello lo primero que la empresa tiene saber es qué quiere decir, a quién y a través de qué medios.

## Tipos de comunicación empresarial

- » **Comunicación interna:** es aquella que se dirige a las personas que integran la organización, como los trabajadores, los accionistas, los propietarios y los directivos. Esta comunicación debe ser tanto vertical (fluye ascendente o descendentemente entre las diferentes posiciones de la jerarquía empresarial) como horizontal (entre empleados con una buena comunicación interdepartamental). Se comunica internamente para motivar a los empleados y tenerlos al tanto de lo que la empresa hace. Es una forma de que los empleados se sientan comprometidos e identificados con la organización.
- » **Comunicación externa:** es la que se realiza con clientes, intermediarios, proveedores, competencia, medios de comunicación y público en general.

## Algunos consejos básicos:

- ✓ La gestión de la comunicación debe ser profesional. Se debe contar con un gabinete propio de comunicación o contratar los servicios de una agencia de comunicación externa que la gestione.
- ✓ Tener una presencia activa en las redes sociales, que se han convertido en uno de los mejores sistemas para publicitarse de forma gratuita y llegar a mucha gente. Las redes sociales son simplemente una herramienta, el buen o mal uso de ellas, dependerá de usted. Lo ideal es utilizarlas como una vía

**Si su empresa  
no comunica  
no existe**

más para conectar e interactuar con sus clientes. Estar presente en las redes sociales es sinónimo de estar al día.

- ✓ No sólo se comunica con la palabra. Es importante que la empresa transmita una imagen favorable a través de sus actividades, sus empleados, demostrando un buen trato con clien-



## Hay que informar **dentro** y fuera de la empresa

tes y proveedores, desarrollando herramientas para la Responsabilidad Social Corporativa...

- ✓ Utilizar todas las herramientas que estén a su alcance, tanto las tradicionales como las más modernas. Todas y cada una de ellas son imprescindibles y complementarias (teléfono, fax, correo electrónico, web corporativa, redes sociales...). La forma de comunicar ha cambiado y hay que renovarse, pero no se deben de dejar de utilizar los canales tradicionales.

## En la comunicación **no hay margen** para la improvisación

- ✓ La comunicación empresarial debe ser un proceso bidireccional, no mera transmisión de información. Es un proceso donde hay dos partes involucradas (emisor y receptor). Cuando el emisor (empresa) transmite un mensaje al receptor lo hace con una intencionalidad para que haya un feedback (retroalimentación). Si no hay modificación de conducta o intercambio no hay comunicación, sólo habría información. Cuando el receptor responde al mensaje recibido, el proceso deja de ser informativo y se convierte en comunicación.
- ✓ Igual de malo es no comunicar que comunicar en exceso. La falta de información y el exceso de la misma son igual de perjudiciales. El bombardeo de noticias provoca que los destinatarios se saturen pero optar por el silencio informativo como estrategia tampoco es una buena solución. Hay que ofrecer una información tratada y canalizada, es decir tener un control de nuestra comunicación.
- ✓ Es preciso realizar una buena comunicación

interna para proyectar una buena comunicación externa. Cuando el personal se siente identificado con los valores de la empresa y se siente comprometido, se mejoran las relaciones laborales y eso hace que los empleados transmitan una imagen positiva hacia el exterior.

- ✓ Es tan importante la empresa en si como la imagen que proyecta.
- ✓ La presencia en los medios de comunicación genera notoriedad, aceptación y credibilidad.
- ✓ En definitiva, las empresas tienen que concienciarse de que invertir en comunicación es necesario y que devuelve beneficios muy rentables y reales porque ayuda a crear una imagen corporativa y una identidad. Hay que tener claro que si su empresa no comunica no existe.

## DKV cuida la salud de tus empleados



**DKV**  
SEGUROS MÉDICOS

Ellos valoran tener su salud asegurada y tu empresa obtiene importantes ventajas fiscales. Desde 5 asegurados te ofrecemos condiciones muy especiales y te ayudamos a encontrar la solución que mejor se adapte a tus necesidades.

**PRIMA DKV INTEGRAL 2012**

DESDE 36,38 EUR/MES

**PRIMA DKV MUNDISALUD CLASSIC 2012**

DESDE 49,84 EUR/MES

**DKV CÓRDOBA**

Av. de la Libertad, 18-20  
14006 Córdoba

Tel.: 957 456 398 - 675 06 88 10  
antonio.moreno@dkvseguros.es

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

*¡Vive la Salud!*

a member of **MUNICH HEALTH**

# Optimismo frente a la crisis



*“Lo que los seres humanos realmente necesitan no es vivir sin tensiones. Lo que precisan es sentir y responder con energía a la llamada de ese algo que les está esperando para poder realizarse”.*

**VICTOR E. FRANKI**

(El hombre en busca de sentido, 1946)

El poder de la esperanza hace que tengamos mayor disposición para llegar a una meta alcanzable. A los emprendedores y empresarios se les pide que analicen constantemente el cálculo del riesgo, por ello la prudencia y cautela son unas cualidades importantes, pero existe una fuerza más poderosa que nos impulsa hacia el fin perseguido. Según el profesor de

psicología Edward C. Chang, la disposición optimista ayuda a confiar en la propia competencia, a poner empeño en la labor, a no rendirse ante las dificultades y a conservar una apariencia de seguridad.

Remontándonos a la gran depresión ésta hizo que se produjera una revisión de las teorías económicas dejando a un lado el liberalismo optimista, los economistas se dedicaron al estudio de los desequilibrios, las crisis y los ciclos, surgiendo incluso nuevos instrumentos de análisis como es la econometría para conocer la realidad con mayor precisión y prever la evolución y en consecuencia in-

tervenirla. Se produjo una revisión del pensamiento económico, J. M. Keynes publicó Teoría general del empleo, el interés y la moneda (1936) quien propugnó que los fenómenos no debían ser vistos desde el punto de vista microeconómico de la empresa sino desde el punto de vista macroeconómico en su conjunto, desde la esfera de la actividad global. Al contrario de lo que hicieron en crisis precedentes, en las que se dejaba la evolución en manos de las leyes naturales, se produjo una mayor intervención de los estados en la economía de cada país adoptando una serie de medidas ampliando su campo de actividades que produjeron una organización de la economía más compleja y unas consecuencias sociales y de pensamiento marcadas por una atmósfera pesimista, en la cual el hombre tomó conciencia de sí mismo dando sentido a las cosas y a los acontecimientos orientando los sistemas de pensamiento hacia la solución de los problemas concretos, aunque descubriendo al mismo tiempo su extrema fragilidad.

Estamos en la actualidad inmersos en un mercado global en el que las amenazas merman el optimismo empresarial, los empresarios y emprendedores se cuestionan cómo les afectarán las medidas adoptadas por los gobiernos en materia económica al funcionamiento de su empresa. Ante este escenario de pesimismo y realismo desmesurado, la desmoralización forma parte del día a día empresarial. Nos vemos reflejados en el espejo del pasado, la gran depresión puesta de nuevo negro sobre blanco. Surgirán nuevas teorías económicas que den apoyo teórico al contexto actual y justifiquen las medidas adoptadas incluso se incorporarán los nuevos avances científico-tecnológicos para el estudio de la evolución económica. Pero si el optimismo más realista formara parte de los factores de cambio éste contagiaría el sentir general motivando la creatividad para la toma de decisiones en los momentos más difíciles puesto que hace que trabajemos más y con más esfuerzo y lleguemos a conclusiones más próximas a la realidad sin el velo de pesimismo que invade nuestros días.

# 10 claves para exportar con éxito

Con la actual coyuntura económica y la caída del mercado nacional la exportación es una solución para muchas pymes. La internacionalización es un elemento clave de la estrategia empresarial y requiere preparación y dedicación. Te damos algunas recomendaciones que toda empresa debe tener en cuenta a la hora de exportar con éxito su producto o servicio:

1. El equipo directivo tiene que tener muy claras las razones que le impulsan a exportar y valorar los costes que conlleva salir fuera.
2. Hay que conseguir que el producto/servicio sea diferenciado y procurar entrar en el nicho de mercado adecuado, que puede ser distinto en cada país.
3. Concentrar los esfuerzos en no más de tres mercados, a ser posible de características similares.
4. Plan financiero: se debe contar con un mínimo de recursos financieros para abordar la internacionalización.
5. Tanto el equipo directivo como el departamento de Exportación deben estar en continuo reciclaje de formación.
6. Recabar la mayor información de los mercados

que se desean abordar en el más amplio concepto. Hacer un estudio de mercado ayuda a tomar decisiones, hay que investigar el mercado al que se quiere exportar desde varios puntos de vista. Algunos de los aspectos a tener en cuenta son los medios de cobro, el tamaño del país, las costumbres, el poder adquisitivo, los transportes o el régimen fiscal del país de destino.

7. Contar con un plan estratégico anual de exportación. Uno de los secretos para el éxito en las exportaciones es la planificación y preparación de un plan de exportación que recoja una descripción general del mercado y del segmento específico que la empresa atendería, análisis del producto, los canales de comercialización que se utilizarían, análisis de transportes y aduanas, recursos con los que cuenta la empresa y un plan financiero.
8. Confeccionar un buen material de promoción que prestigie a su empresa.
9. Garantice y vigile el control de calidad de los productos y servicios.
10. Utilice los medios adecuados para garantizar el cobro de las exportaciones.

Para más información

<http://www.camaracordoba.com/cordobaexporta/cordobaexporta.php>



# Diccionario para la exportación (III)

**Agente consolidador:** Es un intermediario entre las compañías aéreas y los cargadores. El agente consolidador reserva un espacio dentro de un avión a un precio determinado. Posteriormente comercializa dicho espacio entre distintos cargadores, agrupando todas sus mercancías en contenedores (para aprovechar al máximo el espacio) y consignándolas a su representante (desconsolidador) en el aeropuerto de destino.

**Agentes IATA:** Son agentes (representantes) de las compañías aéreas asociadas a IATA en los distintos aeropuertos de todo el mundo.

**CESCE:** Son las siglas de la Compañía Española de Seguros de Crédito a la Exportación, empresa especializada en la cobertura de

riesgos de impago derivados de las ventas de productos y servicios de las empresas en los mercados interiores y exteriores.

**Cláusula de reserva de dominio (retention of title):** Aquella en virtud de la cual el vendedor se reserva la propiedad de los bienes objeto de la compraventa hasta que el comprador ha pagado completa y totalmente el precio. Aunque se pueda pactar, no servirá para productos perecederos o que se compran para revender.

**CODA:** Es el coste (valor) añadido al flete aéreo por la contratación del servicio de contra reembolso (cash on delivery), que es cobrado por el agente IATA al exportador.

**Dumping o discriminación de precios:** Introducción de mercancías en mercado a precio inferior al de su comercialización en el propio mercado.

**NIC:** Son las Normas Internacionales de Contabilidad, también conocidas en España como NIIF (Normas Internacionales de Información Financiera), e internacionalmente como IAS o IFRS. Las NIC, como se las conoce popularmente, son un conjunto de normas o leyes internacionales que regulan la información que

debe presentarse en los estados financieros y la manera en que esa información debe aparecer en éstos. Se ha considerado importante establecer estas normas en la presentación de la información financiera, ya que facilita la comparabilidad de los estados financieros entre empresas que operan en distintos países.

**Precio de venta o ask rate:** Es el precio al que los operadores del mercado están dispuestos a vender la unidad de la moneda base de la cotización contra la compra de la moneda extranjera cotizada.

El precio de venta será siempre superior al de compra.

**Tipo de cambio:** El tipo de cambio entre dos monedas es el precio al cual una de las monedas es negociada con relación a la otra en los mercados de divisas.

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

**Cámara**  
Córdoba

## Anúnciate en la revista de la Cámara

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

# La Cámara Responde

## ¿Cuál es el objetivo del Programa Feria del Conocimiento?

Feria del Conocimiento es un programa para ayudar al diseño de nuevos productos o servicios, ideas frecuentemente olvidadas, inviábiles sin un técnico o un laboratorio dentro de la empresa, viables a través de una externalización tutelada. Para eso Feria del Conocimiento pone las herramientas y una red de entidades colaboradoras necesarias y capaces de solucionar los problemas y eventualidades que acontezcan hasta encontrar las innovaciones necesarias para ser competitivos en nuestro sector, a través de la innovación en producto, servicio, proceso, tecnología o marketing.

¿Qué ocurre cuando un asesorado de Feria del Conocimiento participa en el programa? Participa de ciertas jornadas temáticas y reuniones de asesoramiento diseñadas a medida por el gabinete de Innovación de la Cámara, donde hallamos de forma conjunta la solución a esa puesta en práctica de nuestra idea que era imposible llevar a cabo, pero que gracias a un laboratorio o a unos profesionales en investigación aplicada tras la realización de un proyecto pueden ponernos a la vanguardia de nuestro sector diferenciándonos de nuestra competencia en productos o servicios rentables.

## ¿Qué requisitos tengo que tener para poder realizar el curso de Auditores Jefe para la Certificación de Sistemas de Gestión de Calidad?

IRCA (The International Register of Certificated Auditors) es el Registro Internacional de Auditores Certificados. Es el mayor y más prestigioso organismo internacional de certificación de Auditores de sistemas de gestión, IRCA certifica Auditores en más de 150 países en el mundo. La Cámara de Comercio de Córdoba organiza junto con Bureau Veritas esta formación que es pionera en Córdoba. Bureau Veritas es Entidad Acreditada a nivel internacional para impartir CURSOS IRCA.

El curso está dirigido a todos los niveles de la empresa, desde el Director General a personal técnico operativo, así como consultores externos. El Curso es indispensable para aquellas personas que quieran registrarse como auditores IRCA o ejercer como auditores de tercera parte de sistemas de gestión de la calidad en un organismo de certificación.

Los participantes cumplirán los requisitos de formación para la certificación como Auditor/Auditor Jefe de Sistemas de Gestión de Calidad IRCA:

- » Conocimientos previos de los contenidos y aplicación de las normas en cuestión (se obtienen con el curso preparatorio de 1 mes de duración on-line incluido en el curso IRCA).
- » Es deseable poseer experiencia en la redacción de informes.
- » Educación secundaria como mínimo.

## ¿El autoempleo es una solución?

La actual situación económica y del mercado laboral en España, dónde el consumo está muy retraído y las cifras de desempleo son escalofriantes (según EPA 2º trimestre 2012 son 5.693.100 en España; 1.362.900 en Andalucía y 126.600 en Córdoba), hacen que muchas personas que se planteen emprender una actividad empresarial sea más por necesidad que por oportunidad. Existe un refrán que dice "jugar por necesidad, perder por obligación".

No se trata tanto de no emprender una actividad empresarial cuando no se ve otra salida, sino de hacerlo habiendo sopesado todo lo que ello implica. Incertidumbre y riesgo son dos aspectos inherentes a cualquier negocio. No pueden eliminarse, pero sí reducirse. ¿Cómo? Una buena planificación, una buena idea, un buen asesoramiento y mucha motivación, constancia y esfuerzo pueden ser las únicas herramientas necesarias a la hora de crear un negocio propio. Además de la incertidumbre y el riesgo, existen retos a los que se tiene que enfrentar cualquier emprendedor como son la falta de formación en aspectos empresariales, la carga burocrática excesiva y la restricción de acceso al crédito de pymes y autónomo. ¿Dónde puedo acudir para valorar todos estos aspectos? La Cámara de Córdoba cuenta con un amplio abanico de servicios de creación y desarrollo empresarial que van desde la formación empresarial, hasta el asesoramiento sobre aspectos tales como la viabilidad de la idea empresarial, información sobre distintas vías de financiación e incentivos públicos, tramitación necesaria para su puesta en marcha ó incorporación de la empresa a las nuevas tecnologías.

**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



Organiza:

**Cámara**  
Córdoba

Colabora:



**CLAUSTRO SENIOR**

GESTIÓN EMPRESARIAL