

Cámara

Córdoba

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



La Cámara clausura el proyecto “Escuela de Empleo Hermex”



Córdoba, segunda provincia española con mayor volumen de exportación de aceite de oliva

Abierta la quinta convocatoria de ayudas del programa Innocámaras

Sumario

3-5

OPINIÓN

Editorial

Firma invitada: Dirección Provincial del Servicio Público de Empleo Estatal de Córdoba

El experto opina: Manuel Campanero

6

INNOVACIÓN

Apertura de la convocatoria del proyecto Innoempresa

7

COMERCIO

El Gobierno andaluz modifica la normativa de comercio

8-11

INSTITUCIONAL

» *La Cámara da a conocer las alternativas de financiación para las micropymes*

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

» *La Cámara aprueba el reglamento del nuevo servicio de mediación*

» *La Cámara clausura el proyecto "Escuela de Empleo Hermex"*

12-13

ENTREVISTA

Entrevista al empresario de hostelería y vicepresidente de Hostecor, Alberto Rosales

14

CONSULTORÍA INTERNACIONAL

Córdoba, segunda provincia española con mayor volumen de exportación de aceite de oliva

15

UNIDAD DE MERCADO

Un gran paso para la competitividad de las empresas españolas

16

INNOVACIÓN

La Cámara abre la quinta convocatoria de ayudas del programa Innocámaras

17

DESARROLLO EMPRESARIAL

Cinco consejos para montar tu propio negocio

18

EMPRENDIENDO CON LA CÁMARA

Casos de éxito de emprendedores con ideas brillantes

19

LA CÁMARA RESPONDE

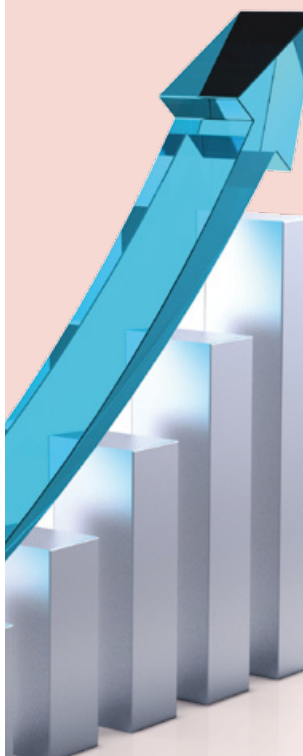
Respuestas a consultas de los empresarios



“Nunca dudes que un pequeño grupo de ciudadanos pensantes y comprometidos pueden cambiar el mundo. De hecho, son los únicos que lo han logrado”

Margaret Mead

(Antropóloga y escritora americana)



Editorial { **Cámara** Córdoba

Actualmente vivimos momentos complicados, pero la recuperación no tardará en producirse y a finales de 2013 o principios de 2014 se irán percibiendo síntomas de mejoría en la economía cordobesa y nacional. Es indiscutible que hoy por hoy tenemos un panorama que no es muy alentador, tanto a nivel local como nacional, y que los sectores productivos han caído, pero la industria agroalimentaria y la industria metalúrgica, con sus datos positivos en exportaciones, son las bazas que pueden ayudar a la recuperación de Córdoba. Las exportaciones, el turismo, el sector metalmeccánico y el sector agroalimentario serán las claves para ver este cambio de tendencia en nuestro tejido empresarial y en nuestra sociedad.

Las empresas están haciendo un esfuerzo en materia de internacionalización. Las firmas cordobesas están muy concienciadas de que el mercado interno está parado y saben que la exportación es una solución a sus problemas. Hasta ahora había muchas empresas que sólo operaban en el mercado nacional y ante el estancamiento de su demanda local han orientado todos sus esfuerzos al mercado exterior, donde cada vez se están encontrando más cómodas.

Por otro lado, confío plenamente en los emprendedores y en la capacidad empresarial que tiene Córdoba y su sociedad. Lo mejor que podemos hacer desde la Cámara es apoyar a esas empresas y a nuestros emprendedores, porque son los verdaderos motores del cambio económico. Apuesto por el emprendimiento para solventar el problema del desempleo y para reactivar el tejido empresarial. Hay que favorecer a las pymes con medidas que potencien el espíritu emprendedor y el apoyo a la exportación.

Los momentos de crisis son también momentos de oportunidades para muchos. Hay que saber diversificar los negocios, estar al día y ser competitivos, ya que está demostrado que si se tiene un mercado más diversificado se aguanta mejor la coyuntura que estamos atravesando. Tenemos que ser conscientes que con la crisis hay que buscar un nuevo modelo productivo basado en la competitividad, la tecnología, la formación y la internacionalización. Por ello, la Cámara es una muy buena herramienta para que las empresas puedan salir de este bache.

Síguenos en:



www.camaracordoba.com

Modificaciones en los procedimientos de despido colectivo y de suspensión de contratos y reducción de jornada



Dirección Provincial del Servicio Público de Empleo Estatal. Córdoba

El Real Decreto 1483/2012, de 29 de octubre (BOE número 261, de 30 de octubre), que, entró en vigor el 31 de octubre de 2012, aprueba el Reglamento de los procedimientos de despido colectivo y de suspensión de contratos y reducción de jornadas, estableciendo las siguientes novedades:

- » Deroga el Reglamento precedente aprobado por Real Decreto 801/2011, de 10 de junio.
- » Establece las peculiaridades del procedimiento de despido colectivo por causas económicas, técnicas, organizativas o de producción en el Sector Público y específicamente en el ámbito de las Administraciones Públicas, de acuerdo con lo establecido en la disposición adicional vigésima del Estatuto de los Trabajadores.

En relación con la aflicción de medidas del art. 47 ET en el Sector Público, se tendrá en cuenta que la entidad no esté clasificada como Administración Pública en el inventario de entes del sector público, de conformidad con los criterios de contabilidad nacional, de acuerdo con la información disponible en el portal web del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas.

- » Completa lo dispuesto para la acreditación de las situaciones legales de desempleo, de conformidad con la disposición



adicional sexagésimo tercera del Texto Re-fundido de la Ley General de la Seguridad Social, y deroga los apartados 1 a), 3 y 4 del artículo 1 del R.D. 625/1985.

- » Establece la normativa a aplicar a los procedimientos de medidas de despido colectivo o suspensión temporal de empleo según la fecha de inicio de los procedimientos.
- » Modifica el artículo 2 del Real Decreto 625/1985, de 2 de abril, relativo a normas específicas de tramitación de las prestaciones por desempleo aplicables a los procedimientos de despido colectivo, de suspensión de contratos de trabajo y de reducción de jornada, en los siguientes términos:
 - a. La empresa comunicará al SEPE con carácter previo a su efectividad, las medidas amparadas en los artículos 51 y 47 del Estatuto de los Trabajadores. Se detalla el contenido de dicha comunicación.
 - b. La empresa acompañará a esta comuni-

cación el acuerdo empresarial remitido a la autoridad laboral.

- c. En los supuestos de fuerza mayor se detalla el contenido que debe tener la resolución de la autoridad laboral.

- d. A efectos de pago de las prestaciones, la empresa comunicará mensualmente los periodos de actividad/inactividad de todos los trabajadores afectados por la suspensión o reducción de jornada. El plazo para esta comunicación será del mes natural siguiente al mes al que se refieren los periodos de inactividad, salvo que las medidas de suspensión de contratos o reducción de jornada sean continuadas o ininterrumpidas durante todo el periodo de vigencia.

- » Modifica el art. 13.5 del Real Decreto 625/1985, referido a las reanudaciones agrupadas, donde ya no será necesaria la autorización del trabajador a la empresas para comunicar los periodos d inactividad, y se amplía la posibilidad de reanudaciones agrupadas a contratos temporales que se reiteren en el mes con la misma empresa.

- » Establece el traslado, en todo caso, a la entidad gestora de las prestaciones por desempleo del informe preceptivo de la Inspección de Trabajo y Seguridad Social, y si en este informe se considerase que el acuerdo alcanzado tras el periodo de consultas tuviera por objeto la obtención indebida de las prestaciones por desempleo por parte de los trabajadores, deberá constar en el mismo y la entidad gestora valorará sus efectos en relación a las solicitudes que se presenten, y, en su caso, plantear a la Autoridad Laboral la impugnación empresarial ante el órgano jurisdiccional correspondiente.

- » Determina la documentación que deben aportar las empresas con beneficios en los procedimientos por despidos colectivos que incluyen a trabajadores de 50 o más años a los efectos de que la Autoridad Laboral emita la certificación prevista en el R.D. 1484/2012.

Proteger tu marca en Internet



Manuel Campanero Carrasco
Economista. Socio Co-fundador de Dcabo+Campanero

www.gestiondeintangibles.com
Twitter: @mcampanero

Cuando de comercio se trata, actualmente el canal físico, o tradicional, sigue siendo el utilizado mayoritariamente para la realización final de compra de producto o contratación del servicio.

Sin embargo, la utilización del canal online sigue creciendo día a día y en determinados sectores como por ejemplo el de reservas de alojamiento o compra de billetes de transporte los porcentajes de utilización de este canal han superado ampliamente a la vía tradicional, llegando a alcanzar cuotas sobre el volumen total de la cifra de negocio de más del 70%.

Aunque la necesidad y preferencia de tener contacto físico con el producto comprado o con el prestador del servicio, siguen suponiendo un importante freno para el comercio electrónico, las ventajas inherentes del canal online (precio, comodidad, libertad de horario, etc...); el aumento del número de internautas y la proliferación de dispositivos conectados a la red; la incorporación al mercado de jóvenes consumidores que han crecido con el medio, los conocidos como nativos digitales; y el aumento de la seguridad percibida del canal de la mano de certificados y sellos de calidad; auguran un importante desarrollo del comercio electrónico que derivará en los próximos años en la consolidación como principal canal en las relaciones entre Empresa y Consumidor final (B2C).

Analizada la importancia que el canal online tiene actualmente y la tendencia al alza que muestra para los próximos años, el empresario actual debe de plantearse la siguiente pregunta: ¿está realmente la identidad de mi empresa protegida en internet?

Tres son los signos que actualmente sirven para identificar y diferenciar un proyecto empresarial de otro: La denominación social, el nombre de dominio, y la marca. Entender las diferencias de concepto entre unos y otros y el alcance de los derechos inherentes a cada uno de ellos se torna de vital importancia para el empresario que decide atomizar sus canales de venta: online, por catálogo, de forma telefónica, en tienda física, etc...

La **denominación social** es el nombre que identifica a una persona jurídica en el tráfico mercantil como sujeto de relaciones jurídicas y, por tanto, susceptible de derechos y obligaciones. De la reserva de la denominación



social se encarga el Registro Mercantil Central mediante la expedición del correspondiente certificado que posteriormente se aportará como documento unido a la escritura de constitución de la sociedad que se inscribirá en el correspondiente Registro Mercantil de la provincia. Su esfera de actuación se limita al uso en documentos oficiales de la empresa como por ejemplo las facturas.

La **marca** es un signo que permite a los empresarios distinguir sus productos o servicios frente a los productos o servicios de los competidores y que puede o no coincidir con la denominación social. Una misma empresa puede tener si lo desea diferentes marcas. Es de vital importancia conocer que los derechos inherentes a la marca, sobre todo la facultad "ius prohibendi", esto es, el derecho exclusivo a prohibir a un tercero la utilización de signos idénticos o similares en el tráfico mercantil. Estos derechos **solo nacen mediante el registro de la Marca**. La fecha de solicitud de la marca es la que determinará la antigüedad de los derechos a la hora de un posible conflicto con terceros.

El **nombre de dominio** es el identificador en la red de la dirección de una determinada página web. Existen diferentes categorías de nombre de dominio, la reserva de los de primer nivel (.com, .org, .net entre otros) no está sometida a ningún tipo de comprobación previa, se asigna siguiendo el principio de "primero en llegar primero servido" y la no renovación en plazo puede ocasionar la pérdida definitiva del derecho a su uso.

Los nombres de dominio de segundo nivel (.es en el caso de España) son los que identifican el país. En España corresponde a **Red.es**

la asignación de estos dominios, que se otorgan (si cumple los requisitos) al primero que lo solicita pero sobre los que sí existen determinadas exclusiones, como la referente **al uso de términos registrados como marcas** anteriores siempre que su uso pueda confundir a los clientes o perjudicar la imagen de nuestra marca.

Actualmente existen BOTS (programas informáticos) que de manera autónoma rastrean la red para detectar dominios que tenga un importante número de visitas y cuyo plazo de renovación esté próximo a vencer para proceder a su compra de manera automática.

Aquel empresario que no tenga registrada su marca debidamente, se puede encontrar de la noche a la mañana con que ha dejado de tener el control sobre su comercio online y este ha sido suplantado por el de un competidor sin que exista ninguna vía para poder recuperar dicho dominio. Así mismo la protección de un dominio como Marca asegura poder ejercer acciones contra aquellos dominios que sin ser idénticos al nuestro sí puedan generar riesgo de confusión en nuestros consumidores.

Apostar por un dominio del tipo .es controlado por una entidad de derecho público como RED.es y complementariamente efectuar el registro de la marca correspondiente se vuelve la opción más aconsejable y segura para evitar este tipo de situaciones indeseables que pueden dar al traste con el desarrollo de nuestro comercio electrónico.

Apertura de la convocatoria del proyecto Innoempresa



Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, INNOVACIÓN, CIENCIA Y EMPLEO



La Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba ha abierto el plazo de la convocatoria InnoEmpresa para la realización del diseño e implantación de un plan estratégico y cuadro de mando en 10 empresas cordobesas.

La Cámara, en colaboración con Ascêndia reingeniería + consultoría, ha diseñado un proyecto subvencionado a través del programa Innoempresa gestionado por la Agencia IDEA (Junta de Andalucía) con una metodología concreta y fácil de aplicar que permite al empresario:

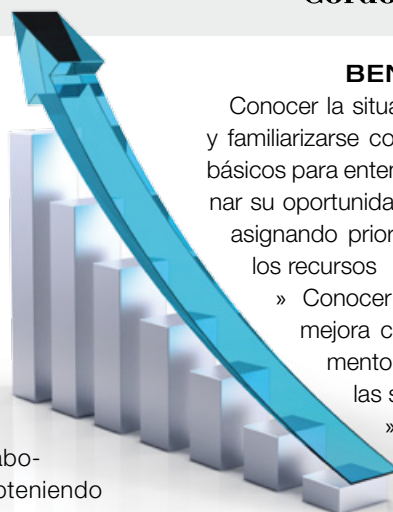
1. Desarrollar una Visión de Futuro innovadora y susceptible de reposicionar la empresa en una situación de estabilidad y rentabilidad sostenida.
2. Diseñar un plan de ruta que permita transformar la empresa desde lo que es hoy a lo que debe ser para alcanzar su Visión de Futuro sostenible.

Los costes de participación en el proyecto están cofinanciados por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional través

de la Agencia IDEA en el marco del Programa Innoempresa, incluido en la Orden de 18 de enero de 2012, para el Fomento de la Innovación y el Desarrollo Empresarial en Andalucía y por la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba, por lo que la empresa sólo debe abonar 700 euros + IVA obteniendo una subvención directa de aproximadamente 75 por ciento sobre el precio de mercado.

Las empresas podrán presentar su solicitud hasta el día 14 de junio de 2013, siendo las 14 horas la hora límite de presentación, o hasta agotar presupuesto.

La implantación del Plan Estratégico y Cuadro de Mando permitirá al empresario principalmente los siguientes



BENEFICIOS:

Conocer la situación real de la empresa y familiarizarse con términos y conceptos básicos para entender como deben gestionar su oportunidad de mejora competitiva asignando prioridades en el destino de los recursos

- » Conocer las oportunidades de mejora competitiva en cada momento y aprender a gestionarlas sistemáticamente
- » Mejorar la competitividad de la empresa en el corto plazo, asegurando un mayor retorno con control de la inversión y el riesgo
- » Permitir al empresario establecer métodos que puede aplicar (medio y largo plazo) continuamente para mejorar la competitividad de su empresa lo que permitirá un mayor retorno de inversión
- » Elaborar un Cuadro de Mando que permitirá a la empresa evaluar las actuaciones puestas en marcha.

VISIONA
SECURITY SYSTEMS

VIDEOVIGILANCIA

ATT CLIENTE: 957 78 92 13 visionasistemas@gmail.com

2 CÁMARAS DOMO COLOR
Mini domo color, CCD SONY Súper HADD 1/4", Resolución 600 TVL

Software de grabación y gestión. Podrán ver On-Line todas las cámaras que instalen desde su dispositivo móvil o PC.

PROTECCIÓN DE DATOS
Alta en la Agencia de Protección de Datos (Ley organica 15/1999 de protección de datos)

1 VIDEOGRABADOR DIGITAL + Disco Duro 500 GB
Grabador Digital H.264 4 entradas de vídeo, Conexión IP

VENTAJAS DEL SISTEMA

VISIONADO REMOTO DEL COMERCIO • GRABACION DE INCIDENCIAS
VIGILANCIA 24 HORAS AL DÍA • ALTO PODER DE DISUASION

INSTALACIÓN TÉCNICA
Puesta a punto, configuración del sistema para visualización remota desde su dispositivo móvil o pc

Cámara adicional
150 € instalada

PROMOCIÓN SISTEMA VIDEO-VIGILANCIA
750€

Dto. 5% empresas adcritas a la camara de comercio de Córdoba
*Información sujeta a disponibilidad del fabricante / Promoción válida hasta fin de existencias, impuestos indirectos no incluidos.

C/ Amalia Rodríguez nº 10 - CÓRDOBA 14014

El Gobierno andaluz modifica la normativa de comercio

LA ADAPTACIÓN A LA NUEVA LEGISLACIÓN ESTATAL DE HORARIOS (RECURRIDA ANTE EL TRIBUNAL CONSTITUCIONAL) SE REALIZA, DE ACUERDO A LO MANIFESTADO POR LA JUNTA DE ANDALUCÍA, DE LA FORMA MENOS LESIVA PARA EL SECTOR ESTABLECIENDO UN TOPE MÍNIMO DE 90 HORAS SEMANALES PARA EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD Y 10 DOMINGOS O FESTIVOS DE APERTURA AUTORIZADA



El Consejo de Gobierno ha aprobado una serie de modificaciones urgentes de la legislación andaluza de comercio interior dirigidas a preservar al máximo los intereses de las pymes del sector tras las últimas medidas de liberalización del Gobierno de España. Estos cambios, que también incluyen mejoras en la regulación del comercio ambulante y de las ferias de oportunidades, se adoptan a través de la fórmula del Decreto-ley que prevé el Estatuto de Autonomía para casos de urgente necesidad.

La **principal modificación** afecta al texto refundido de la Ley de Comercio Interior de Andalucía e incorpora la opción de mínimos de regulación de horarios y festivos de libre apertura que el Real Decreto-ley 20/2012, de medidas de estabilidad presupuestaria, deja a las comunidades frente a la liberalización total impuesta con carácter general.

Esta opción se concreta en unos **topes mínimos de 90 horas semanales para el desarrollo de la actividad de los comercios y de diez domingos y festivos anuales de apertura autorizada, frente a las 72 horas y ocho festivos establecidos hasta ahora.**

Por otro lado, **sigue vigente la libertad horaria que la legislación autonómica ya establecía para los locales de menos de 300 metros cuadrados**, las tiendas

de conveniencia, los establecimientos de estaciones y aeropuertos y los establecimientos de los municipios andaluces declarados zonas de gran afluencia turística.

Paralelamente a la adaptación normativa aprobada, el Gobierno andaluz mantiene el recurso de inconstitucionalidad presentado el pasado mes de septiembre contra el Real Decreto-ley 20/2012, cuyos artículos 27 y 28 vulneran y dejan sin contenido competencias autonómicas sobre horarios, rebajas y ordenación del comercio minorista, además de suponer un perjuicio para las pymes comerciales de la comunidad.

Junto con la adaptación a la nueva normativa estatal, el Decreto-Ley aprobado hoy **modifica también el texto refundido de la Ley del Comercio Ambulante de Andalucía con el fin de establecer en 15 años el periodo de vigencia de las autorizaciones para el ejercicio de esta actividad.**

La **ampliación del plazo**, que además **podrá ser prorrogado por otro idéntico a solicitud del interesado**, garantiza mayor seguridad y estabilidad a los profesionales del sector, ya que el actual (entre uno y cuatro años) generaba incertidumbre acerca de la continuidad de las licencias municipales y disparidad de duraciones entre los distintos ayuntamientos, además de no dar tiempo en muchos casos a amortizar las inversiones.

Ferias de oportunidades

Asimismo, el Decreto-ley **introduce por primera vez en la legislación autonómica la regulación de las denominadas "Ferias de Oportunidades"**, un nuevo fenómeno en creciente expansión y ahora favorecido por la crisis económica. Se atiende así una petición del sector comercial, que señala que el vacío legal en este ámbito ha originado prácticas desleales que perjudican a profesionales y consumidores.

Bajo la denominación genérica de "Ferias de Oportunidades" quedan englobados aquellos eventos de carácter multisectorial, promovidos tanto por los comerciantes y sus asociaciones como por cualquier entidad pública o privada, que se celebran fuera de los establecimientos habituales y tienen por objeto la realización de ventas en condiciones ventajosas para el consumidor.

Como principales requisitos para estos eventos, se fijan la obligación de comunicar a la Administración autonómica su celebración con 30 días de antelación e indicación de los principales datos; la duración máxima de tres días, y el límite de una feria al año en un mismo municipio (si es de ámbito local) o en una misma provincia (si tiene carácter provincial). Asimismo, se exige que las dos terceras partes de los comerciantes que participen ejerzan su actividad en el ámbito en el que se celebre.

Finalmente, el Decreto-ley aprobado por el Consejo de Gobierno **introduce también un cambio en la norma sobre declaración de campos de golf de interés turístico y otro en la Ley de Ordenación Urbanística de Andalucía (LOUA).**

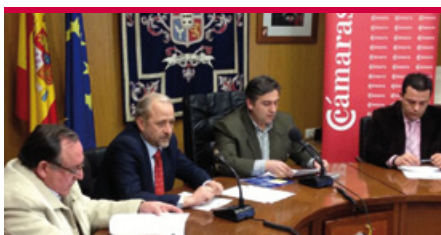
De acuerdo con la primera de estas modificaciones, el vencimiento del plazo para notificar la resolución sobre una solicitud de declaración de interés público no comportará su aprobación por silencio administrativo si el proyecto incumple los requisitos urbanísticos, medioambientales y turísticos que se exigen para ello.

En cuanto a la LOUA, se modifica su artículo 35 con una disposición sobre la suspensión de instrumentos de planificación urbanística en aquellos casos en los que, concurriendo circunstancias excepcionales, sea necesario garantizar el interés público.

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

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

RENOVACIÓN ANTENA HINOJOSA DEL DUQUE



La Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba y el Ayuntamiento de Hinojosa del Duque suscribieron el pasado 31 de enero la renovación del convenio de colaboración que existe entre ambas instituciones desde octubre del 2004.

Este acuerdo permite, al amparo del Programa Antenas, cofinanciado por el Fondo Social Europeo, la Cámara de Córdoba y el Ayuntamiento de Hinojosa del Duque, que la antena local del municipio siga acercando los servicios de la entidad cameral a las empresas del norte de la provincia como pueden ser la información y el asesoramiento sobre internacionalización, innovación, desarrollo empresarial o formación.

En la firma, celebrada en el ayuntamiento de Hinojosa del Duque, participaron el gerente de la Cámara, Francisco Javier Castillo, y el alcalde de la localidad, José Fernández. También estuvieron presentes en el acto el presidente de la Asociación de empresarios de Hinojosa (Hinoade), Agustín Velasco, y el responsable de la antena cameral de Hinojosa, José Luis Muñoz.

Castillo destacó que "en el 2012 se han atendido en la antena 253 consultas y 293 servicios, lo que supone un total de 546 demandas atendidas". Además, ha recalcado su satisfacción por renovar el acuerdo, ya que "de esta manera la Cámara está presente más allá de la capital y contribuimos al crecimiento y reactivación del tejido empresarial de la zona norte de la provincia".

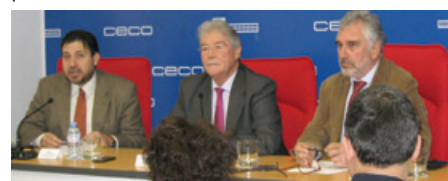
La Cámara patrocina el Informe sobre Tributos Locales en la provincia de Córdoba 2012

El pasado 28 de enero se presentó el Informe sobre Tributos Locales en la provincia de Córdoba 2012, elaborado por la Confederación de Empresarios de Córdoba (CECO) con la financiación de la Cámara de Comercio de Córdoba y la colaboración del profesor del Área de Economía Aplicada de la UCO, Fernando Lara.

Este estudio contiene información relativa a los principales impuestos y tasas municipales que inciden en la actividad empresarial, extraída del análisis de las normas fiscales vigentes en 2012 en los municipios de la provincia con población superior a 7.500 habitantes (Aguilar de la Frontera, Almodóvar del Río, Baeza, Bujalance, Cabra, Castro del Río, Fernán Núñez, Fuente Palmera, Hinojosa del Duque, La Carlota, La Rambla, Lucena, Montilla, Montoro, Palma del Río, Peñarroya, Posadas, Pozoblanco, Priego, Puente Genil, Rute y Villanueva de Córdoba) y en las ocho capitales andaluzas.

El objetivo de este informe es poner a disposición de los empresarios una herramienta que les aporte una visión de la fiscalidad que soporta el empresario en función del municipio

en el que desarrolla su actividad. No obstante, el estudio señala que para obtener un análisis más completo de la presión impositiva de un municipio, es necesario tener en cuenta otras cuestiones importantes, como la eficacia recaudatoria, la calidad de los servicios municipales, los niveles de actividad económica y otras variables como las características socioeconómicas o el nivel de bienestar de la población.



Como novedad en esta edición, además de los presupuestos de gastos e ingresos de los ayuntamientos, se han incluido datos de la deuda de los municipios con entidades financieras.

El acto de presentación corrió a cargo del presidente de la Confederación de Empresarios de Córdoba, Luis Carreto, y el presidente de la Cámara de Comercio de Córdoba, Ignacio Fernández de Mesa.

La Cámara da a conocer las alternativas de financiación para las micropymes

LA JORNADA SE CELEBRÓ EN COLABORACIÓN CON MICROBANK Y CON LA PARTICIPACIÓN DE LA AGENCIA DE INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE ANDALUCÍA-IDEA

La Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba celebró el pasado 30 de enero, en colaboración con MicroBank y con la participación de la Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía-IDEA, una jornada informativa sobre el acceso a financiación para micropymes. En ella se expusieron las distintas alternativas de financiación para las micropymes con especial atención a aquellas herramientas destinadas a apoyar a los emprendedores ante las dificultades que plantea el mercado financiero actual.

La presentación corrió a cargo del responsable del Área de Empleo, Formación y Desarrollo Empresarial de la Cámara, Juan Miguel Marín, y el director comercial de MicroBank, Ramón Gatell. Marín destacó que "el Departamento de Desarrollo Empresarial de la Cámara ha tutorizado en el último año 123 proyectos empresariales y ha intermediado ante



MicroBank, ICO, ENISA y Fundación Cajasur en la gestión de 23 operaciones de financiación a emprendedores en Córdoba por un importe total de 479.500 euros".

Ponentes

Ramón Gatell explicó cómo valoran la concesión de un microcrédito y ha dado a conocer algunos casos de éxito de proyectos empresariales en Córdoba que han obtenido financiación como son laboratorios EDYMA.

Por otro lado, el asesor ejecutivo de la Agencia IDEA, Rafael Moreno, trató sobre el sistema de incentivos para la creación y desarrollo empresarial.

[28 enero] PRESENTACIÓN INFORME DE TRIBUTOS LOCALES

RAMÓN GATELL, DIRECTOR COMERCIAL DE MICROBANK

Cámara y CIC Batá acuerdan mejorar la empleabilidad de las personas que tienen menos oportunidades

EL CONVENIO RECOGE ACCIONES COMO LA COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN POR PARTE DE LA CÁMARA DE PROYECTOS DE SENSIBILIZACIÓN LLEVADOS A CABO POR CIC BATÁ, LA FORMACIÓN Y LA INTERMEDIACIÓN LABORAL

FIRMA CONVENIO CON CIC BATÁ



La Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba y el Centro de Iniciativas para la Cooperación "Batá" firmaron el pasado 1 de febrero un convenio de colaboración para optimizar la empleabilidad de las personas que tienen menos oportunidades de acceso al mercado de trabajo. Este acuerdo tiene como objetivo realizar diversas actuaciones relacionadas con el Plan de Empleo que desarrolla la organización andaluza sin ánimo de lucro CIC Batá para mejorar las posibilidades

de integración social de estos colectivos a través de su inserción laboral.

El convenio fue suscrito por el presidente de la Cámara de Comercio, Ignacio Fernández de Mesa, y el presidente de CIC Batá, Federico Romero. Fernández de Mesa recaló que "con este tipo de acuerdos queremos conseguir una mayor sensibilización en esta materia por parte del tejido empresarial cordobés. Desde la Cámara queremos promover el intercambio de experiencias y de proyectos que fomenten la inserción laboral y la formación de personas que tienen menos oportunidades de acceso al mercado laboral".

Líneas de actuación

Se acordaron varias líneas de acción. Se acordó la comunicación y difusión por parte de la Cámara de proyectos de sensibilización

llevados a cabo por CIC Batá y colaboración de CIC Batá en la difusión de las actividades y servicios que se desarrollen desde la entidad cameral. Por otro lado, se concertó promover la formación con cursos y prácticas profesionales no remuneradas.

También, acordó la intermediación laboral favoreciendo la inserción en el mercado de trabajo al colectivo vulnerable de CIC Batá, facilitando el acceso, siempre que los perfiles se ajusten a los requeridos, como candidatos preseleccionados por la Cámara en los procesos selectivos abiertos por sus empresas adscritas.

Otras líneas de actuación fueron la ejecución de campañas de educación, proyectos sociales y actividades culturales y el desarrollo de proyectos nacionales y europeos.

La Cámara enseña a gestionar las notificaciones electrónicas obligatorias

LA JORNADA SE CELEBRÓ EN COLABORACIÓN CON LA AGENCIA TRIBUTARIA, LA SEGURIDAD SOCIAL Y LA AUTORIDAD DE CERTIFICACIÓN AC CAMERFIRMA

La Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba celebró el pasado 6 de febrero, en colaboración con la Agencia Tributaria, la Seguridad Social y la autoridad de certificación AC Camerfirma, la jornada gratuita "Cómo gestionar las notificaciones electrónicas obligatorias de diferentes Administraciones Públicas" con el objetivo de informar y formar a las empresas cordobesas sobre las diferentes normativas que afectan a las notificaciones electrónicas obligatorias (NEOs) de las Administraciones Públicas.

La presentación corrió a cargo del responsable del Área de Innovación de la Cámara, Luis Díaz, que destacó que "desde la entidad cameral se ha venido informando puntualmente de todas las novedades en esta materia. Ahora la Seguridad Social se ha sumado al procedimiento de notificaciones obligatorias por medios telemáticos, que ya se aplica desde hace dos años en la Agencia Tributaria. Es una forma de ahorrar tiempo y dinero".

La aplicación de las NEOs para determinados trámites (tales como reclamaciones

de deudas, providencias de apremio, actos en vía ejecutiva, procedimientos de deducción y aplazamientos) se extenderá de forma paulatina a lo largo de este año, por lo que las empresas y autónomos estarán obligados a consultar al menos cada 10 días su buzón electrónico para conocer las notificaciones que la Seguridad Social les remita vía telemática, al igual que ocurre con las de la Agencia Tributaria. Las notificaciones dejarán de enviarse mediante correo postal y en su lugar se habilitará un buzón electrónico o sede electrónica, para cuyo acceso se requerirán certificados digitales, que permiten realizar dichos trámites con total garantía de seguridad a la vez que se ahorra tiempo y dinero al empresario al poder realizarlo desde cualquier lugar sin esperas y a cualquier hora del día.

La jornada comenzó con el subdirector provincial de Gestión Recaudatoria de la Tesorería General de la Seguridad Social, Juan Muñoz, para explicar cómo se realizará la aplicación paulatina de este procedimiento telemático.

Posteriormente la Agencia Tributaria, a



través de su jefe de la Dependencia Informática, Ginés Muñoz, y su jefe de la Dependencia de Gestión, Manuel María Fernández, informaron de la obligatoriedad para la mayoría de las empresas de recibir las comunicaciones procedentes de la AEAT a través de su Dirección Electrónica Habilitada.

Además, el Director Comercial de AC Camerfirma, Eduardo Herrera, explicó cómo funcionan los certificados digitales para la recepción de notificaciones electrónicas y otros trámites. Finalmente, el Director de Wolster Kluwert Andalucía, Federico Martínez, presentó una solución que permite una gestión eficiente de la recepción de las NEOs.

INAUGURACIÓN JORNADA NOTIFICACIONES

La Cámara aprueba el reglamento del nuevo servicio de mediación

SE ACORDÓ EL DESARROLLO DE NUEVOS PROGRAMAS COMO CICERONE, CHEQUE INNOVACIÓN Y LEONARDO DA VINCI. ADEMÁS, SE PRESENTÓ LA MEMORIA DE ACTIVIDADES 2012

El Pleno de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba, reunido el pasado 12 de febrero, aprobó por unanimidad el Reglamento de Mediación por el cual la Cámara va a poder ejercer su papel mediador apostando por una forma más económica y eficiente de resol-

ver conflictos mercantiles, siendo una nueva herramienta para descargar de trabajo a los tribunales de justicia.

Asimismo, en la sesión plenaria se designó a los vocales para la Corte Provincial de Arbitraje que se constituyó a finales del año pasado con el Colegio de Abogados de Córdoba. Los vocales que se eligieron por parte de la Cámara fueron Carmen Gutiérrez, Fernando Adell y Antonio Díaz.

Balance 2012

Además, se aprobó la Memoria de Actividades 2012, en donde se hace un balance pormenorizado por áreas de todas las acciones y servicios que se



PLENO 12 FEBRERO

han desarrollado en la Cámara el año pasado. Entre las actividades que destacó el presidente de la Cámara, Ignacio Fernández de Mesa, cabe recalcar la realización de seis acciones en comercio internacional (5 misiones directas y una participación en una feria), la tramitación de 5.880 gestiones en documentación oficial de comercio exterior, se han impartido cursos, jornadas, seminarios, cursos supe-

riores y el Master MBA en Dirección y Gestión de Empresas y se han tutorizado 123 proyectos empresariales apostando por el emprendimiento. También, se han desarrollado programas de innovación como Innocámaras y Ecoinnocámaras y se han tramitado 228 certificados digitales en 2012.

Por otro lado, se aprobó el nombramiento de la secretaria general titular de la institución, Carmen Gago Castro, tras superar la convocatoria pública de concurso oposición. Para finalizar, se acordó el desarrollo de nuevos programas como Cicerone, Cheque Innovación y Leonardo da Vinci.

CLAUSURA ESCUELA DE EMPLEO



La Cámara clausura el proyecto "Escuela de Empleo Hermex"

OCHO ALUMNOS HAN REALIZADO LABORES INTERNACIONALES DURANTE 9 MESES EN EMPRESAS CORDOBESAS QUE SE HAN ACOGIDO A ESTE PROGRAMA

La Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba clausuró el pasado 12 de febrero el programa "Escuela de Empleo Hermex", gracias al cual se ha facilitado la inserción laboral durante un año de ocho alumnos dándole formación específica en comercio exterior.

La entrega de diplomas corrió a cargo del presidente de la Cámara de Comercio, Ignacio Fernández de Mesa, y el delegado de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo de la Junta de Andalucía, José Ignacio Expósito. Ambos destacaron que este programa es tanto una herramienta de apoyo para la internacionalización de las empresas cordobesas como para favorecer la inserción laboral. Fernández de Mesa recalcó que "este programa ha funcionado muy bien y desde la Cámara siempre hemos apostado por este tipo de iniciativas que aporta una acción formativa a los participantes y una ayuda a las empresas que se han acogido al programa que asegure su consolidación en el exterior. Estamos en un momento en el que el mercado interno está estancado y es necesario que las empresas apuesten por la exportación ante la paralización del consumo". Para el responsable territorial, este proyecto ha tenido dos objetivos claros, por un lado, "facilita la

inserción de técnicos aportándoles la formación específica necesaria en Comercio Exterior, y por otro, ha sido una herramienta de apoyo a las empresas que se encuentran en las primeras fases del proceso de internacionalización o firmas que ya exportan pero que buscan incrementar su exportación en nuevos mercados incorporando técnicos altamente cualificados".

El programa Hermex se enmarca dentro de la Acción "Escuela de Empleo" de la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo de la Junta de Andalucía. Este proyecto es una iniciativa de la Cámara de Comercio de Córdoba, en la que participa la Consejería de Empleo, y está financiado por el Servicio Andaluz de Empleo y los Fondos Sociales Europeos.

El proyecto ha facilitado la inserción de ocho técnicos aportándoles una formación específica necesaria en Comercio Exterior durante 3 meses por parte de la Cámara de Comercio. Después, estos universitarios han realizado labores internacionales durante los siguientes 9 meses en 8 empresas cordobesas. A su vez, es una herramienta de apoyo a las empresas que se encuentran en las primeras fases del proceso

de internacionalización y que no cuentan con personal especializado en comercio internacional y a las empresas que ya exportan pero como consecuencia de la crisis y la caída del mercado interior buscan incrementar su exportación en nuevos mercados incorporando técnicos cualificados en la materia.

Las empresas que han participado en esta iniciativa son Muebles OB S.A., Almendras Francisco Morales S.A., Antica Rehabilitación de Muebles Inmuebles S.L., Grupo Torrero-Torinco S.L., Grupo Puma S.L., Refractaris - Ingeniería y Diseño del Refractario S.A., Productos Agroalimentarios Moreno S.L. y CIATESA. Estas firmas se han comprometido a contratar a los alumnos una vez finalizado el primer año.

La Cámara pone al día en prevención de blanqueo de capitales

LA JORNADA GRATUITA SE CELEBRÓ EN COLABORACIÓN CON LEXPRODADOS

La Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba, en colaboración con Lexprodados, celebró el pasado 21 de febrero una jornada gratuita titulada "Prevención del Blanqueo de Capitales y Financiación del Terrorismo (ley 10/2010)".

El acto de apertura corrió a cargo del gerente de la Cámara de Comercio de Córdoba, Francisco Javier Castillo, que destacó que "es fundamental conocer en profundidad el correcto funcionamiento de esta ley ante el incremento de delitos sobre blanqueo de capitales. Las Administraciones Públicas están actuando con más eficacia cambiando criterios de intervención y actuación que afectan tanto a los verdaderos delincuentes como a todo el empresario español".



La ponente, Ainhoa Juárez, fue la encargada de dar a conocer a los asistentes, principalmente abogados, procuradores, asesores fiscales, contables y auditores de cuentas, los objetivos de la ley, los sujetos obligados, las obligaciones exi-

gidas por la ley, sanciones, las últimas medidas tomadas por el Gobierno y los programas de software de gestión especializados en esta materia.

Cámara

Córdoba

Experto en Community Manager

Social network

Duración curso: 150 horas

Horario:
viernes: 17:00- 22:00 horas
sábado: 09:00- 14:00 horas

Fechas: 5 de abril a 15 de junio de 2013

Coste: 1.200 € * 100% Bonificable - Fundación Tripartita

www.camaracordoba.com
957296199 - amantero@camaracordoba.com



Alberto Rosales Arjona

Empresario de hostelería y vicepresidente de Hostecor



Gerente de los restaurantes Puerta Sevilla, Taberna La Viuda y La Posada del Caballo Andaluz

Sus comienzos vienen marcados por la influencia familiar, ¿tenía claro desde el principio que quería dedicarse a la restauración?

Era difícil no dedicarse a ella teniendo como padre a Alberto Rosales, empresario enamorado de la restauración y pionero en Córdoba de la creación de un tipo de negocio inexistente en aquellos años, como fue el restaurante-marisquería con la apertura de Crismona, un negocio donde primaba la calidad, el servicio y la cercanía al cliente. Después le siguieron negocios que fueron en su especialidad referentes para la gastronomía de Córdoba como fueron: El Faro, La

Bahía, Costa Sol o el cocedero de marisco El Vivero.

No solo me ha inculcado a mi y mis hermanos el amor a la profesión, sino que también, a pesar de ser manchego, ha tenido un amor a Córdoba y ha luchado por ella a muerte. Fue presidente de Hostecor y presidente de la Asociación de Hostelería de Andalucía, siempre con un solo objetivo, posicionar a Córdoba como el destino turístico que le corresponde, que es de primer orden.

Y después el complemento de mi madre Antonia, la que nos inculcó el sacrificio que suponía esta profesión, pero que a la vez te podía reportar con trabajo y dedicación muchas satisfacciones per-

sonales y profesionales. A ella no sólo le debemos su fiel sacrificio por nosotros, sino también su visión empresarial.

Recuerdo de aquellos años una frase que ponía mi padre a pie de factura: “Si no le gusta dígalo aquí, si le gusta dígalo afuera”.

Era difícil que a pesar de haber estudiado ciencias empresariales, no me haya enamorado totalmente de mi profesión.

¿Qué tiene el barrio de San Basilio para que haya ubicado en él sus tres negocios?

Es un barrio singular, distinto y creo

“ Los clientes siguen buscando calidad y servicio, y pagar por ello el precio justo, pero también se busca hoy en día que todo ello venga acompañado de lo que se denomina el turismo de experiencias ”

que es uno de los barrios que representan la esencia de Córdoba. Su gente es maravillosa, muy cercana, que es lo principal. Cuando nos instalamos allí en el año 1999, había muchas cosas por hacer y conjuntamente a la Asociación de vecinos, hemos conseguido que sea un barrio mejor habitable y con unas perspectivas turísticas inmejorables. Creo que si un turista no visita el Alcázar Viejo, no se lleva una idea fiel de lo que es Córdoba y sus patios.

Estamos muy agradecidos, tanto mis compañeros como yo que trabajamos allí, del trato que nos brindan la gente del barrio.

Su nuevo restaurante, La Posada del Caballo Andaluz, ¿en que se diferencia de sus otros dos negocios? ¿Está funcionando bien?

Son tres negocios totalmente distintos con una oferta totalmente diferente. En la Posada hemos querido recuperar sabores tradicionales, con platos y recetas que estaban en desuso. Creo que no debemos de perder nuestra cocina, nuestra cultura, nuestros sabores. Se ha instalado, además de ello, en una casa cordobesa con cinco siglos de historia, que hemos restaurado. No es ni restaurante ni taberna, es una casa de comidas con una oferta muy económica y diferente.

En Puerta Sevilla seguimos estando obsesionados por la calidad de nuestros productos, ofreciendo una cocina de mercado, sin olvidar nuestras raíces gastronómicas.

Y en Taberna La Viuda hemos conseguido que sea una taberna de referencia en Córdoba, ofreciendo una cocina tradicional con tintes de gastro-restaurante.

Mis hermanos, tanto Paco como Isabel, han conseguido unir un grupo humano que es el que guía diariamente nuestros establecimientos y son nuestro mejor éxito, porque sin ellos no hubiésemos podido llegar, a pesar de los momentos económicos, donde hemos llegado. Así que gracias a Marta, Pepe, Luís, Antonio, Maribel, Rafa, Ana, etc.

Como siempre Córdoba y sus visitantes han respondido a esta nueva oferta sorprendentemente, a pesar de los momentos que vivimos, ha encajado muy bien La Posada, valoran mucho su nueva oferta gastronómica.

¿Ha cambiado la filosofía de comer en la calle?

No en el fondo, si en la forma. Los clientes siguen buscando calidad y servicio, y pagar por ello el precio justo, pero también se busca hoy en día que todo ello venga acompañado de lo que se denomina el turismo de experiencias, por eso hay que ser distinto y ofrecer una oferta basada en la cercanía y que el servicio vuelva a ser lo que nos diferencia.

¿Cómo se debería potenciar más Córdoba como destino turístico gastronómico?

Para empezar invirtiendo. Una de las principales razones que hacen que un turista se decante por un destino u otro es por la calidad de su gastronomía. Todos sabemos que Córdoba es una de las ciudades donde mejor se come de España, pero no invertimos nada en ello; por eso llevo planteando un plan de promoción de nuestra gastronomía que sin duda haría que nos visitaran muchas personas más de las que nos visitan y llegaríamos a una estancia media de dos días, que es nuestro principal objetivo.

No entiendo que cada vez que se realiza alguna promoción externa o interna, no venga acompañada de nuestra riqueza gastronómica. Debemos de sacarle más partido a nuestra planta de hoteles, restaurantes y tabernas que están en los mejores niveles de calidad del mundo; eso lo sabe toda persona que haya viajado.

Ya se ha colocado la primera piedra del Mercado Victoria, un proyecto en el que usted está implicado, ¿Qué supondrá para la ciudad esta iniciativa?

Creo que este proyecto será un revulsivo más para el consumo de Córdoba y para su turismo sin duda, está ubicado en un sitio magnífico. Con el Mercado Victoria haremos que el visitante se mueva, y no sólo conozca la Mezquita y Judería, sino también otras zonas de Córdoba.

El Mercado Victoria activará el turismo de compras y abrirá una nueva ruta turística que relanzará el eje Mezquita-Tendillas-Cruz Conde. Creo que conjuntamente con el nuevo centro de recepción de visitantes pueden ser dos proyectos que animen la noche de Córdoba y ofrezcan al turista más actividades y podamos ha-

cer que la estancia media llegue a dos días.

¿Su plato preferido?

El pollo al ajillo de mi madre, el bacalao marinera que cocina Pepe Sabate de Puerta Sevilla y la tarta de almendra de Rafa Martínez, jefe de cocina de La Posada, que soy adicto a ella.

¿Cuáles considera que son las principales claves para que una empresa de su sector tenga éxito?

La principal clave para que una empresa tenga éxito independientemente del sector al que pertenezca es su equipo humano. La motivación, el trabajo, la ilusión y la profesionalidad de las personas que forman el equipo que dirijo, me han sobrepasado y eso hace que sea yo el que tenga que estar a su altura. Cuando una empresa cuenta con este potencial no hay crisis que pueda con ella. También creo que una empresa perteneciente al sector turístico ha debido ya de adaptarse a los nuevos tiempos; redes sociales, entorno, ubicación, comodidad de acceso para el cliente, y sobre todo intentar hacerle vivir a las personas que nos visitan experiencias inolvidables, son sin duda claves del éxito de una empresa de la restauración.

Es la segunda vez que es usted vocal de la Cámara de Comercio, ¿cómo la ve?

Bueno, pienso que es un magnífico instrumento a disposición de los empresarios para salir de la crisis, pero también pienso que tenemos que convencer a la pequeña y mediana empresa de que esta institución no sólo trabaja para el comercio exterior sino también para el interior, porque si esto no es así los empresarios saldremos perdiendo. Sectores como el turismo y el comercio tienen que tener más presencia en la Cámara y la participación de los vocales no debe quedarse en la asistencia a los plenos.

Creo fielmente en la labor que puede desempeñar la Cámara, por eso me he presentado ya dos veces y poniéndome a disposición de sus presidentes para temas relacionados con la hostelería y el turismo, que puedan sumar en el beneficio de la ciudad.

Córdoba, segunda provincia española con mayor volumen de exportación de aceite de oliva

Firmado: **Francisco Aguilar** [Director de Consultoría Internacional de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba]

Todos conocemos la tradición exportadora de nuestra provincia en el sector de aceites. Quiero recordar que por los años 70, pocas empresas exportaban, yo calculo que no más de cinco. Sin embargo, nuestras empresas estaban entre las primeras del ranking nacional. Han pasado más de 40 años y Córdoba está posicionada como la **2ª provincia española con mayor volumen de exportación de aceite de oliva**. El aceite de oliva tiene un peso muy específico y representa unos de los pilares de exportación cordobesa.

La evolución de las ventas al exterior de aceite oliva en los últimos años como se indica en la *tabla 1*.

Con respecto a lo que va de año tenemos una tasa de crecimiento del 12,01 %, la provincia que más incremento está teniendo en relación a las principales provincias exportadoras de aceite. Le sigue Sevilla con 7,35 %, Granada con 2,31 % y Jaén con 1,56 %.

Los 10 principales países de destino de las exportaciones de aceite de oliva de nuestra Comunidad están reflejados en la *tabla 2*.

El aceite de oliva es el segundo producto más exportado de nuestra provincia, sólo superado por las manufacturas de cobre. Actualmente más de 70 empresas cordobesas exportan asiduamente aceite de oliva con una cobertura geográfica que supera más de 80 países.

País	Importe (miles euros)
Italia	451.779
Portugal	183.100
Francia	155.563
Estados Unidos	81.281
Reino Unido	66.163
Japón	54.692
Brasil	23.005
México	20.894
Australia	20.069
Belgica	18.508

Tabla 2

Tabla 1

Año 2007 (miles euros)	Año 2008 (miles euros)	Año 2009 (miles euros)	Año 2010 (miles euros)	Año 2011 (miles euros)	Año 2012 (*) (miles de euros)
381.631	338.258	232.688	336.986	309.307	238.636

*Hasta Agosto 2012

Anúnciate en la revista de la Cámara

Para más información: aperea@camaracordoba.com
957 296 199 ext 0128

Un gran paso para la competitividad de las empresas españolas

PARA LAS CÁMARAS, EL ANTEPROYECTO REDUCE EL DENOMINADO COSTE REGULADORIO, LIBERA INVERSIÓN Y FACILITA LA CREACIÓN DE EMPRESAS Y LA GENERACIÓN DE EMPLEO
LICENCIA ÚNICA Y REGISTRO ÚNICO, ASPECTOS QUE MÁS DESTACAN LAS CÁMARAS

Las Cámaras de Comercio de España consideran que el Anteproyecto de Ley de Garantía de la Unidad de Mercado, que fue aprobado el pasado 25 de enero por el Consejo de Ministros, supone un paso decisivo para la economía española y contribuirá a una más rápida salida de la crisis. Además, hace realidad una demanda reiterada de estas corporaciones de derecho público y de una parte importante del mundo empresarial en general.

Como han venido reclamando las Cámaras durante años, la nueva iniciativa legal facilitará la libre circulación de bienes y servicios en todo el territorio nacional y servirá para el relanzamiento del tejido comercial, industrial y productivo español y aumentar la competitividad.

Las Cámaras de Comercio esperan, asimismo, que esta trascendental iniciativa legal del Gobierno, a cuyo desarrollo ofrecen su apoyo y la total colaboración desde su red de Cámaras territorial, cuente con la más rápida tramitación posible, ya que consideran imprescindible ordenar, cuanto antes, el actual entramado jurídico estatal, autonómico y local y reducir el costoso freno que éste supone para la competitividad de las empresas.

La nueva norma reduce el denominado coste regulatorio, libera inversión y facilita la creación de empresas y la generación de empleo. Con ello, España avanza en la implantación de los principios de licencia única y legislación de origen que se aplican en la actualidad entre estos miembros de la Unión Europea.

Licencia única

A partir de su promulgación, con una sola licencia de actividad, las empresas podrán operar en cualquier punto de la geografía española, sin necesidad de recurrir a nuevas autorizaciones

en las comunidades donde hayan previsto comercializar o prestar sus servicios. Este hecho supondrá un importante avance para las empresas, tanto en tiempo, como en costes y mejorará la eficiencia de la gestión administrativa, la movilidad productiva, la optimización de recursos y, en definitiva, significará un importante impulso para la competitividad.

En la actualidad, según estudios recientes, están vigentes en España más de 100.000 normas y directivas, de las que 67.000 corresponden a administraciones autonómicas, que dificultan la inversión y el desarrollo de actividades económicas.

Registro único

Para las Cámaras, otro aspecto importante a destacar del anteproyecto de Ley, que incidirá y optimizará la regulación sectorial, lo constituye el registro único por actividad o sector, con el que la Administración General del Estado dispondrá de una mayor capacidad de actuación y control sobre los registros propios de cada sector.

Impacto económico

Las Cámaras de Comercio consideran, igualmente, el importante impacto económico y de agilización y aprovechamiento de recursos sobre el desmesurado coste que supone hoy la fragmentación del mercado interno para nuestra economía. Las Cámaras quieren resaltar que el fortalecimiento del mercado interior abre importantes oportunidades para el crecimiento, la creación de empresas y empleo y una más óptima gestión de las economías de escala.

De igual forma, entre otras ventajas, favorece la productividad, la estabilidad de precios y la movilidad empresarial y profesional, al tiempo que proyecta una imagen exterior de España

más ajustada a la eficacia y eficiencia administrativa de los países más avanzados de su entorno.

Una reiterada demanda de las Cámaras de Comercio

Esta iniciativa ha sido demandada, tradicionalmente, por las Cámaras de Comercio. Desde el año 2007, las Cámaras han venido defendiendo medidas para la mejora de la regulación y el impulso de la unidad de mercado, que han sido plasmadas en sus diversos documentos de análisis y propuestas (Ver documento adjunto)

Al mismo tiempo, la red territorial de Cámaras de Comercio sigue participando, de forma activa, en las políticas de reducción de cargas administrativas, llevando a cabo tareas de sensibilización, información y asistencia al tejido empresarial en sus relaciones con las Administraciones Públicas. Como fruto de este trabajo, se han concretado diferentes propuestas que abundan en la simplificación administrativa, la eliminación de duplicidades burocráticas y el fomento de la coordinación interadministrativa, como elementos clave para la mejora competitiva de nuestras empresas.

La Cámara abre la quinta convocatoria de ayudas del programa Innocámaras

EL PLAZO ESTÁ ABIERTO HASTA EL 18 DE OCTUBRE O HASTA AGOTAR PRESUPUESTO. ESTA INICIATIVA VA DESTINADA A PYMES Y AUTÓNOMOS CORDOBESES

La Cámara de Comercio de Córdoba ha abierto el plazo de la quinta convocatoria de ayudas del Programa Innocámaras, una iniciativa que tiene como objetivo mejorar la competitividad de las pymes y micropymes, a través de la integración de la cultura de la innovación en sus estrategias empresariales como herramienta competitiva clave para lograr su crecimiento económico.

Las plazas se ofertan hasta el 18 octubre o hasta agotar el presupuesto otorgado para las ayudas subvencionadas al 100% a pymes y autónomos cordobeses.

Diagnóstico individualizado

Este programa persigue mejorar la competitividad de la empresa a través de la innovación, orientando la demanda de la pyme a través de una metodología mixta de diagnóstico. Por ello, cuenta con un Plan Individual de apoyo a la Innovación que incluye dos fases. La Fase I de Innocámaras tiene un coste de 1.200 euros más IVA, pero será completamente gratuito para las empresas que accedan al programa, ya que se subvenciona el 80% por parte del Fondo Europeo de Desarrollo Regional y el 20% por la Cámara de Córdoba. A las pymes se le realizará un diagnóstico individualizado para conocer el nivel de competitividad de la empresa en

su entorno económico y de mercado.

En la Fase II, que es un Plan de Apoyo a la Innovación, se ofertarán ayudas que tendrán un coste de 6.000 euros más IVA por empresa admitida (habrá que haber realizado previamente la Fase I) y se subvencionará el 80%

por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional y el 20% por ciento por la Cámara de Comercio de Córdoba.

Una vez que las empresas hayan accedido al programa cuentan con un portal tutorizado de innovación y un foro de innovación.

Balance 2012

En la convocatoria de 2012 del programa Innocámaras han participado 27 pymes cordobesas, que han mejorado sus procesos productivos a través de la innovación con Diagnósticos Asistidos de Innovación. De las 27 pymes, 16 han realizado además el Plan Asistido de Innovación con implantación de herramientas innovadoras que mejoran su competitividad.

En cuanto a la forma jurídica:

Sociedades Limitadas:	22
Sociedades Anónimas:	1
Otras Sociedades Mercantiles:	2
Autónomos:	2

En cuanto al sector de actividad:

Industrias transformadoras de los metales:	3
Extracción y transformación de minerales no energéticos:	1
Otras industrias manufactureras:	9
Construcción:	2
Otros servicios:	4
Comercio, restauración, hospedaje y reparaciones:	5
Instituciones financieras, seguros y servicios a empresas:	3

En cuanto a la ubicación geográfica:

Córdoba capital:	9
Provincia:	18

Cinco consejos para montar tu propio negocio

1. Motivación

Debes de hacer una reflexión sincera sobre las motivaciones que tienes para iniciar una andadura empresarial. No es lo mismo hacerlo por oportunidad que por necesidad. Además, ser empresario implica una serie de sacrificios que no todo el mundo está dispuesto a asumir.

2. Autoevaluación

El emprendedor debe evaluar si cuenta con las actitudes, aptitudes y recursos necesarios para llevar a cabo su proyecto empresarial. La actitud va referida a la actitud personal con la que un emprendedor se enfrenta a un reto, actitudes como creatividad, autoconfianza, capacidad de iniciativa y de asumir riesgos, capacidad de organización y planificación, comunicación, toma de decisiones, energía y tenacidad, resistencia al fracaso, orientación al mercado y búsqueda de resultados se le presuponen a un emprendedor ya que serán las armas que con las que enfrente los obstáculos que sin duda se le van a presentar. La aptitud hace referencia a la capacitación personal del emprendedor. Debe de tener aptitudes y conocimientos en materia de gestión empresarial e igualmente, es deseable que cuente con experiencia ó al menos conocimiento del sector dónde se va a desarrollar la actividad empresarial. Finalmente, debe de evaluarse si se cuenta con los recursos (técnicos y económicos) para llevar a cabo el proyecto empresarial.

3. Define tu idea de negocio

La determinación de una idea de negocio puede venir de los conocimientos y de la propia experiencia del emprendedor. Si ya se cuenta con una, hay que pasar a analizarla. Si no, existen distintas fuentes ó técnicas de generación de ideas.

4. Elabora siempre un plan de negocio

Este ejercicio de elaboración de un plan de empresa ó de negocio es siempre de suma utilidad para el emprendedor ya que tiene un doble beneficio, por un lado ayuda a conocer, planificar y estudiar todo el proyecto que se trata de crear, por otro sirve de carta de presentación y de publicidad para la búsqueda de financiación ó de incentivos públicos. Este documento debe analizar y contemplar la viabilidad personal, técnica, económica y de mercado de la idea de negocio.

5. Pide ayuda, inicias una experiencia desconocida

La puesta en marcha de una empresa, supone a menudo un gran reto para alguien que lo intenta por primera vez. Existen multitud de recursos, públicos y privados, de apoyo y asesoramiento dónde acudir para obtener información sobre todos los aspectos que intervienen en la creación de una empresa (Cámaras de Comercio, AA. PP., etc.).



FICHA



Nombre y Apellidos: Verónica Priego Ariza
Empresa: MANUFACTURAS SEQUEIRA S.L.
Cargo en la empresa: Administradora
Sector: CARPINTERIA METÁLICA
Fecha de creación: 05/06/2012
Web: www.cancelasyrejascordoba.com
Dirección: C/ Juan Bautista Escudero, Parc. 216C
 (Polígono "Las Quemadas")
Teléfono: 957 439671 / 672 420627
E-mail: info@cancelasyrejascordoba.com

¿Qué le motivó a emprender su propio negocio?

Primordialmente el desempleo en el contexto familiar, apoyado por una amplia experiencia en el sector metálico, hizo que nos planteásemos apostar por un negocio propio para así conseguir una independencia económica.

¿Cómo transformó su idea en empresa?

Paso a paso con la ayuda de la Cámara de Comercio y de los asesores que nos encaminaron en la propuesta que le presentamos.

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

La confianza en el proyecto; creían en él y eso era importante para nosotros que en un principio estábamos dubitativos por el contexto socio-económico que estamos pasando.

¿Cuáles fueron sus mayores retos?

Conseguir la puesta a punto del negocio, encontrando el lugar y las ayudas indicadas para empezar.

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

En estos tiempos, ser valientes, perseverantes y creativos.

¿Qué valor añadido ofrecen sus productos o servicios?

- Introducción de técnicas de forja y aluminio más eficientes.
- Funciones añadidas al producto de seguimiento y asistencia.
- Diseños propios y personalizados según los criterios de cada cliente.
- Políticas de calidad. Se ofrece un producto con unas calidades certificadas con la normativa ISO 9000:2008

La Cámara Responde

¿Quién utiliza el factoring?

La utilización del factoring como una modalidad de financiación es apropiada para las empresas que:

Tienen una actividad exportadora estable y un volumen estable y considerable de negocio exterior.

Tienen muchos clientes en el exterior y unos importes de ventas muy repartidos, es decir, poca concentración de riesgo con un cliente determinado.

Trabajan con clientes habituales con los que ya tienen una experiencia en los reembolsos de las exportaciones.

¿Qué es el seguro de crédito en el comercio internacional?

El seguro de crédito es una herramienta que permite a las empresas que operan en mercados exteriores mejorar el control sobre sus clientes, garantizar el cobro de los bienes o servicios que vende a crédito y facilitar la expansión de sus ventas.

¿En qué consiste un contrato de joint-venture?

Es un modo de asociación por el cual dos o más empresas constituyen un vínculo contractual, el cual es considerado por la OCDE como una de las nuevas formas de inversión en los países en desarrollo (junto con la subcontratación, contratos 'llave en mano', etc.), definiéndolos de forma genérica como inversiones internacionales en las cuales el inversor extranjero no posee una participación mayoritaria.

¿Qué es un Vivero de Empresas?

Son edificios pensados para ofrecer alojamiento a las empresas de nueva

creación, a bajo coste y con servicios complementarios que garanticen sus expectativas de supervivencia.

En mi comercio, ¿tengo obligación de tener hoja de reclamaciones?

Sí. Las personas físicas o jurídicas titulares de establecimientos que comercialicen bienes o presten servicios, tendrán a disposición de los consumidores y usuarios la hoja de quejas y reclamaciones.

Según el artículo 3 del Decreto 72/2008, de 4 de marzo, por el que se regulan las hojas de quejas y reclamaciones de las personas consumidoras y usuarias en Andalucía y las actuaciones administrativas relacionadas con ellas: 1. Todas las personas titulares de actividades que comercialicen bienes o presten servicios en la Comunidad Autónoma de Andalucía deberán tener las hojas de quejas y reclamaciones a disposición de las personas consumidoras y usuarias en sus centros y establecimientos, de acuerdo con el modelo establecido en el Anexo I.

¿Qué es un consorcio de exportación?

Los consorcios de exportación son grupos de al menos tres empresas que se asocian con el objetivo común de desarrollar políticas conjuntas de exportación de sus productos.

Una de las características básicas del consorcio se deriva de su carácter intrínsecamente empresarial. Es decir, está totalmente ligado a la empresa, al no ser un órgano externo a ella. El consorcio surge como auxiliar de la propia empresa, asociada a otras, y defiende de manera común los intereses de los socios. Esto le confiere una idiosincrasia propia, ligada al carácter eminentemente práctico de herramienta propia y al servicio de la empresa.

Si tiene alguna duda, mándenos su pregunta a 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

tu empresamascompetitiva®



Tu empresa debe ser más competitiva, más rentable, más gobernable. En ascêndia reingeniería + consultoría, somos sensibles a las circunstancias actuales, y las enfocamos como una época de oportunidades y emprendimiento, de cambio honesto y profundo que debe liderar el propio empresario.

El **Método ascêndia®** para la mejora sistemática de la competitividad de la empresa es nuestra respuesta a un cliente con visión de cambio y que ha decidido SER MÁS COMPETITIVO. Un Método que se despliega a través de 9 vectores de mejora competitiva e identifica 4 niveles de acción. Un Método que, aplicado por parte de un equipo multidisciplinar y altamente cualificado, permite transformar los resultados obtenidos por la empresa.