

Cámara Córdoba

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

NÚMERO 8 | Mayo - Junio 2013

Presenta tu idea de negocio en el concurso online "Cámara Acción"



Entrevista
al Director
Gerente de
A3M, Frédéric
Sallandre

La Cámara reconocida
como agencia de
colocación





CAMBIAR LA IMAGEN
DE TU EMPRESA
AHORA CUESTA
MUY POCO

Si tu empresa está
adscrita a la Cámara,
moderniza o renueva
tu logo por sólo 95€

Precio fuera de promoción 145€

**Una impresión de calidad
merece un diseño que
sume valor a tu empresa.**

Por eso *papiro* además de
ser un centro de impresión
con la última tecnología,
ahora incorpora una
agencia de publicidad.



PUBLENSA

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

Ronda de los Tejares, 18-20 (pasaje a Reyes Católicos) / 14001 Córdoba
957 47 69 89 y 957 48 46 56 info@papiro.es

SUMARIO

NÚMERO 8

| Mayo - Junio 2013

Cámara
Córdoba

Presidente

Ignacio Fernández de Mesa
y Delgado

Secretaría General

Carmen Gago

Gerente

Francisco Javier Castillo

Edita

Cámara Oficial de Comercio
e Industria de Córdoba

Directora

Ana Perea

Sede Central

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

Diseño y maquetación Publensa

Imprime Papiro

Depósito Legal CO-123-2012

ISSN 2254-1721

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

4-6 OPINIÓN

Editorial

El experto opina: Manuel Campanero

Firma invitada: Auxiliadora de Cárdenas

7 INTERNACIONALIZACIÓN

Crecimiento de las exportaciones cordobesas en la Unión Europea

La Cámara organiza una misión comercial directa a Vietnam

8-9 INNOVANDO CON LA CÁMARA

Entrevista al Gerente de Bodegas Robles, Francisco Robles

10-11 CÁMARA ACCIÓN

Sigue abierto el plazo para presentar las ideas de negocio en el concurso online "Cámara Acción"

12-13 ENTREVISTA

Entrevista al Director Gerente de A3M, Frédéric Sallandre

14 EMPRENDIENDO CON LA CÁMARA

Casos de éxito de emprendedores con ideas brillantes

15 EMPLEO

La Cámara reconocida como agencia de colocación

16-17-18 INSTITUCIONAL

La Cámara fomenta la Formación Dual en Alemania

Córdoba acoge la III Jornada Nacional de Lonjas Y Mercados de Cereales y Oleaginosas

Inaugurada la nueva Antena Local de Posadas

19 LA CÁMARA RESPONDE

Respuestas a consultas de los empresarios

EDITORIAL

www.camaracordoba.com

SÍGUENOS



El emprendimiento es uno de los motores para salir de la crisis. Necesitamos más y mejores emprendedores, hacen falta nuevas ideas de negocio que reactiven la economía cordobesa. Cada vez más el mundo demanda competir a escala global, donde nuestra empresa pueda destacar por sus habilidades distintivas de los demás, ¿cómo lo hacemos? Desarrollando mayor innovación a la hora emprender en nuestro trabajo y nuestras líneas de actuación.

La capacidad emprendedora se puede desarrollar. El emprendedor apuesta y desarrolla unas aptitudes, actitudes y valores que es lo que lo diferencian del resto. La ausencia o presencia de estas actitudes determina tanto el perfil emprendedor de cada persona como la probabilidad de emprender y consolidar un proyecto.

Desde la Cámara de Comercio de Córdoba somos conscientes de que el emprendimiento tiene que ir de la mano de la innovación y las nuevas tecnologías, por ello hemos desarrollado un concurso online denominado "Cámara Acción. Casting de ideas on the road" para que los emprendedores y empresarios de Córdoba y provincia que quieran presentar su idea de negocio lo puedan hacer a través de un vídeo de tres minutos. Queremos que sean actores de su propia realidad y con sus videocandidaturas nos deslumbren con ideas innovadoras y creativas enseñándonos su mejor perfil.

En definitiva, no se puede innovar sin emprender ni emprender sin innovar.

"Somos lo que hacemos día a día. De modo que la excelencia no es un acto sino un hábito"



Aristóteles

(filósofo, lógico y científico de la Antigua Grecia)

“El trabajo –el suyo y el mío–, tal y como lo conocemos en la actualidad, será reinventado en el transcurso de los diez próximos años. Así de sencillo. Y así de profundo.” Cuando hace ya más de una década topé con esta profética sentencia de Tom Peters, las cifras de paro de nuestro país estaban muy lejos de dar la razón al que probablemente sea el escritor y consultor empresarial más leído del mundo.

Hacia ya décadas que el cambio había comenzado a fraguarse y los amplios avances que el siglo XX nos había traído en materia de transporte y sobre todo de comunicación habían supuesto una transformación de nuestro modelo económico. La Globalización.

EL EXPERTO OPINA La Economía del Conocimiento

Lo que pocos anticipaban a finales de los noventa es que aquel proceso por el que las empresas podían organizar, de forma directa o mediante la creación de una red de vínculos con otras organizaciones, sus componentes principales: materias primas, capital, mano de obra, etc; era tan solo el comienzo de una revolución mucho más importante y profunda. Para algunos analistas, solo comparable en importancia a la Revolución Industrial.

Información. Más concretamente, el proceso de análisis de la información y la capacidad de transmitirla y administrarla para convertirse de este modo en el principal insumo de la organización. Así de sencillo, y así de profundo; verdadero detonante de la revolución que anunciaba Peters: La Economía del Conocimiento.

La principal transformación aparejada a esta nueva economía es que ya no es necesario controlar la producción física para apropiarse del valor generado. Dicha apropiación sólo se producirá si la organización es capaz de controlar los elementos intangibles y la distribución, es decir, el acceso de los consumidores/usuarios.

Tres son las consecuencias más inmediatas para nuestras empresas: la supresión de las barreras de entrada económicas; el establecimiento de un

sistema de competencia dinámico; y el ajuste de las estructuras organizativas.

Mark Zukerberg, fundador de Facebook, explicaba la eliminación de las barreras de entrada económicas por el cambio en la naturaleza de los recursos. Tangibles, frente a intangibles. Si alguien poseía un yacimiento de petróleo, tú no lo podías tener, y solo existen un número determinado de yacimientos que son capaces de generar una riqueza determinada, por lo que basándonos en la ley de la oferta y la demanda, el control de estos elementos tangibles, requerirá de una fuerte inversión de capital para su adquisición.

Frente a estos recursos tangibles, esta nueva economía se basa en la aplicación de nuevas ideas y conocimientos. Recursos que son renovables indefinidamente y están al alcance de todos.

La capacidad de generar nuevo conocimiento indefinidamente trae consigo el establecimiento de un sistema de competencia dinámico caracterizado por la facilidad y la libertad de entrada en el mercado. En una concepción clásica de la competencia, existe cierto grado de homogeneidad de los productos competidores y las mejores productivas o los cambios en las condiciones económicas, se pueden anticipar prácticamente al mismo tiempo por todas las empresas. Es la incertidumbre producida por la facilidad de entrada al mercado de nuevos competidores y productos sustitutivos, lo que dota de dinamismo los procesos de competencia. No sabemos que bien puede obtener mañana el favor de los consumidores, por lo que la única ventaja competitiva sostenible en el tiempo será la capacidad de adaptar continuamente nuestra propuesta de valor para captar el favor del consumidor.

Ejemplo bastante claro de proceso de dinamización de la competencia es lo ocurrido en los últimos años con los servicios de mensajería instantánea de las compañías de telecomunicaciones. Todas ellas ofertaban un producto

similar compitiendo por el favor del usuario tan solo a través de una guerra constante en precios, fuese directamente o mediante combinación con otros servicios. La irrupción de WhatsApp en el mercado con una propuesta de valor mucho más atractiva para el consumidor, acabó de un plumazo con tan valiosa fuente de ingresos para ellos.

Es la necesidad de adaptación continua el detonante de la última de las grandes consecuencias: El inevitable ajuste de nuestras organizaciones. Para ganar en flexibilidad las organizaciones deben de ajustar profundamente su estructura organizativa. Tom Peters hablaba de la organización del futuro asimilándola a un trébol. Así, la primera de las hojas estaría formada por un reducido grupo de trabajadores permanentes que poseen el conocimiento de la organización, cuidan de la ventaja competitiva y desarrollan nuevas ideas. Otra de las hojas haría referencia a los especialistas contratados según las necesidades que surjan en un momento dado. La tercera hoja correspondería a los empleados temporales que desempeñan el resto del trabajo cotidiano. En los últimos tiempos hemos visto además como una cuarta hoja se ha unido al proceso, se trata de la utilización de los propios consumidores como una fuerza de trabajo. Un ejemplo claro de esto último lo tenemos en Youtube: Son los propios usuarios los que generan el contenido, cargando los videos que ellos mismo realizan.

Albert Einstein escribió que la verdadera locura era hacer siempre lo mismo, esperando un resultado diferente. Nuestra realidad ha cambiado, es el momento de adaptarnos.



Manuel Campanero Carrasco

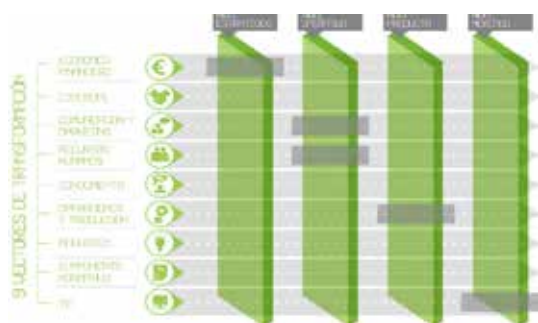
Economista.

Socio Co-fundador de

Dcabo+Campanero

www.gestiondeintangibles.com

Twitter: @mcampanero



ascêndia
REINGENIERÍA + CONSULTORÍA

No merece la pena hacer un repaso de las circunstancias macro y micro económicas que rodean a las pymes, está en la mente de todos, pero, en este contexto, ¿qué significa hablar de Mejora de la Competitividad de la pyme?

Entendemos este tiempo que vivimos como un momento de oportunidades siempre y cuando estemos dispuestos a salir de nuestra zona de confort, la cual no es una zona necesariamente cómoda o estable, pero si es segura, es la que conocemos y es difícil plantearse salir de ella.

Sin embargo, mientras el empresario lidia con las inclemencias internas, impagos, falta de crédito, desmotivación del empleado (y suya, también), el empresario se satura, mientras nos quejamos del momento y de la falta de ventas...externamente se esta produciendo una transformación.

FIRMA INVITADA Mejora de competitividad en la pyme cordobesa

EL MERCADO NO ESTÁ DORMIDO; SE ESTÁ TRANSFORMANDO, como una oruga en un capullo del cual saldrá una mariposa.

La rápida evolución tecnológica, cambios en la tendencia de consumo, la importancia de valores ecológicos y medio ambientales y la revolución de los valores personales están transformando el mercado y, para cuando queramos darnos cuenta y salgamos de nuestra “zona de confort”, veremos que nuestro cliente ¡ya no estará!

Nuestra propuesta es por tanto: parar, respirar, conectar con valores personales y profesionales, -que no son más que aquellos que dieron lugar a la creación de nuestra empresa- y reflexionar, ¿Quién es nuestro cliente? ¿Por qué nos compra? ¿Por qué se va a la competencia? ¿Cómo motivo a mi equipo? ¿Cuál es mi motivación?

El gerente no puede gestionar detrás de una mesa de despacho. Es hora de salir a la calle, de otear el horizonte y actualizar los “Vectores de Competiti-

vidad”, para ser capaces de mantener, y captar nuevos clientes.

Te animamos a consultar a este respecto la línea de ayudas del programa de Innoempresa que ha obtenido la Cámara de Comercio de Córdoba a través de la Agencia IDEA y de las que aún tenemos dos plazas libres para desarrollar a un precio muy reducido en tu empresa el Plan de Mejora de la Competitividad, pues está subvencionado en un 80 por ciento (coste final de sólo 700 euros + IVA).



Auxiliadora de Cárdenas Domínguez
Consultora Senior
Ascendia reingeniería + consultoría



INTERNACIONALIZACIÓN



La Cámara organiza una misión comercial directa a Vietnam

Esta acción va dirigida a pymes de los sectores del frío industrial y agroalimentario

La Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba organiza una misión comercial directa a Vietnam.

Esta acción se desarrollará dentro del Programa de Acciones Complementarias (2007-2013), con el objeto de apoyar la internacionalización de empresas pymes, principalmente pertenecientes a los sectores del Frío Industrial y Agroalimentario de Córdoba, y tendrá lugar en la semana del 11 al 17 de noviembre de 2013.

El número máximo de participantes es de 10 empresas. La Cámara se reserva la selección de empresas en caso de superar el número máximo. No se tendrán en cuenta las solicitudes recibidas sin ingreso de la cuota de participación.

El plazo de solicitud finaliza el próximo 12 de julio de 2013 a las 13:45 horas.

Las empresas interesadas en participar y solicitar la ayuda, deberán cumplir con los requisitos establecidos en la convocatoria así como presentar en lugar, fecha y forma, toda la documentación requerida en la misma. La documentación la pueden descargar en:

www.camaracordoba.com/cordobaexporta

Crecimiento de las exportaciones cordobesas en la Unión Europea

País	Exportación miles euros año 2012	Tasa crecimiento 2012	Tasa crecimiento enero - marzo 2013
Bélgica	11.590,60	46,55%	84,30%
Italia	423.903,50	16,05%	15,65%
Luxemburgo	245,90	144,39%	24,11%
Malta	449,20	18,38%	18,13%
Países Bajos	25.517,80	35,72%	07,90%
Polonia	42.481,80	08,75%	16,23%
Reino Unido	41.762,00	39,21%	37,67%

Estos siete países representan el 49,51 por ciento de nuestras exportaciones a la Unión Europea. Nuestro principal país comprador es Italia, seguido de Portugal con 246 millones (que tuvo el pasado año una tasa negativa de crecimiento del 26,17 por ciento, aunque en el primer trimestre de este año la tasa es positiva en un 29,93 por ciento, lo

que supone una buena recuperación) y Francia con 184 millones, con una tasa positiva de crecimiento del 11,95 por ciento en el año 2012 y 7,56 por ciento negativa este primer trimestre.

Los tres principales productos que se exportaron en el 2012 a estos países con crecimiento son:

Países	Productos	Volumen en miles de euros
Bélgica	Aceite	1.795,10
	Maquinaria	1.530,40
	Manufacturas de Plástico	1.318,80
Italia	Aceite	219.189,70
	Cobre	116.554,30
	Joyería	52.924,10
Luxemburgo	Materiales construcción	215,60
	Frutas	10,07
	Joyería	9,30
Malta	Maquinaria	236,50
	Conservas vegetales	167,10
	Manufacturas de Hierro y acero	36,20
Países Bajos	Frutas	8.162,30
	Conservas vegetales	6.005,70
	Aceite	3.159,80
Polonia	Cobre	34.213,40
	Frutas	2.765,00
	Conservas vegetales	1.567,10
Reino Unido	Cobre	11.855,60
	Aceite	9.102,90
	Cereales	5.363,70

Nuestras ventas a la **Unión Europea en el año 2012** representaron el **67,23** por ciento del total de nuestras exportaciones.



BODEGAS ROBLES
MONTILLA

Ficha técnica

Empresa

Bodegas Robles

Nombre y apellidos

Francisco Robles

Cargo en la empresa

Gerente

Página web

www.bodegasroblesblog.com

Dirección

Ctra. Córdoba-Málaga Km 44,7
Montilla

Teléfono

957650063

E-mail

info@bodegasrobles.com

Bodegas Robles es la primera Bodega Española en calcular la Huella de Carbono de sus vinos, ¿cómo se le ocurrió a su empresa realizar esta iniciativa?

Bodegas Robles es una empresa familiar fundada en el año 1927 perteneciente a la D.O. Montilla Moriles. Desde sus inicios, nuestros abuelos y padres nos inculcaron el respeto por el entorno como el camino para alcanzar la mejor calidad de nuestros vinos, y es en el año 1999 cuando nuestra familia se decide a trabajar con un compromiso pleno con el medioambiente, siendo la primera Bodega de Andalucía en certificar su producción de vinos como ecológicos.

Desde finales de los noventa hemos avanzado e investigado teniendo como prioridad el respeto al entorno y un compromiso cada vez mayor con todo lo que rodea el Medio Ambiente, llegando a convertir el un factor determinante en el devenir de nuestra bodega.

Así, en el año 2009, La Asociación de Empresarios Productores Ecológicos de Andalucía (EPEA), de la que es miembro BODEGAS ROBLES, puso en marcha un proyecto, único en España, para medir y verificar la llamada huella de carbono de los productos agroalimentarios, es decir, el total de las emisiones de gases efecto invernadero generadas a lo largo del ciclo de vida del producto, desde la adquisición de las materias primas hasta su gestión como residuo.

El objetivo de esta iniciativa fue contar

con herramientas válidas y certificadas para que tanto productores como consumidores sepan cuál es la contribución de un determinado producto a la reducción de los efectos del cambio climático. Con este nuevo instrumento piloto, BODEGAS ROBLES pudo conocer la huella de carbono de uno de sus vinos, el Pedro Ximénez y, lo que es más importante, comprometerse a reducir sus emisiones de CO₂. A partir de este momento, la huella de carbono se convirtió en un indicador eficaz para medir algunos de nuestros impactos ambientales, y pudimos comprobar como nuestros grupos de interés valoraban muy positivamente esta idea y se involucraban en nuestra estrategia.

Ahora hemos decidido calcular la huella de carbono de toda nuestra gama de productos y de esta manera, poder satisfacer las expectativas de todos nuestros clientes, y las nuestras propias, ya que vamos a poder poner en práctica acciones muy concretas en cada proceso productivo, para ser más eficientes y más respetuosos con el medio ambiente, es decir, más sostenibles.

Para ello contamos con la asistencia técnica de CO₂ consulting, una empresa que comparte nuestra visión desde 2009, y la cual nos ha dado una visión mucho más amplia de la dimensión medioambiental de nuestra bodega, ya que además de consolidar el concepto ecológico, hemos implementado herramientas tan novedosas como el análisis de ciclo de vida aplicado a nuestros



productos para determinar la huella de carbono, huella hídrica, climate declarations, etc, lo que nos permite contar con instrumentos de gestión ágiles para poder satisfacer las nuevas expectativas de la sociedad.

¿Qué variables se han tenido en cuenta para calcular su contribución al cambio climático?

Hemos realizado un análisis de ciclo de vida de toda nuestra gama de productos, siguiendo los principales estándares internacionales ISO, para que los resultados obtenidos de manera objetiva puedan ser entendidos en cualquier parte del mundo. El análisis de ciclo de vida contempla todas las fases de nuestros productos, comenzando por las materias primas necesarias en la agronomía, para continuar inventariando todas las operaciones que tienen lugar en los distintos procesos productivos de los vinos, mermeladas, gelatinas, vinagres y reducciones, hasta finalizar cuando el producto abandona el control de Bodegas Robles en cualquier parte del mundo. Así, obtendremos la huella de carbono de cada uno de nuestros productos y la publicaremos en el principal organismo internacional que registra las Declaraciones Ambientales de Producto (Envirodec). Pero nuestro objetivo no consiste en calcular nuestra huella de carbono, nuestro objetivo es reducir y minimizar el impacto de nuestra actividad sobre el cambio climático. La huella de carbono es el indicador que nos va a permitir saber si nuestra estrategia es acertada y efectiva.

¿Qué destacaría del asesoramiento y la ayuda recibida por la Cámara de Comercio con el programa Ecolnocámaras?

Destacaría la apuesta decidida de la Cámara de comercio, por impulsar las herramientas de ecoinnovación en pymes como nosotros, a través de programas como éste. Ecolnocámaras permitirá que cualquier empresa independientemente de su tamaño y sector, identifique la gestión medioambiental como una oportunidad para diferenciarse y ganar en competitividad, a través de la eficiencia en costes, y por qué no decirlo, como estrategia de marketing, ya que “lo medioambiental” se ha convertido en una gran prioridad para la sociedad.

Este programa fundamentalmente, nos permite acceder a expertos en materias medioambientales, que nos acompañan en el proceso, y que sin esta ayuda, podrían estar fuera del alcance de las pequeñas y medianas empresas.

¿Qué valor añadido ofrecen sus productos?

Para nuestra familia, el elaborar vinos ecológicos de calidad no es sólo el objetivo principal de nuestra actividad, hemos comprendido que nuestros vinos deben de llevar implícitos valores que hagan realmente que sean vinos sostenibles en el más amplio sentido de la palabra, no sólo buscamos beneficios económicos, estos beneficios deben de venir acompañados de beneficios sociales.

En la familia Robles, la tercera generación comprendimos que más que el progreso, éramos partidarios del regreso; Regreso a valores como: La Sostenibilidad, la Transparencia, la Participación ó la Responsabilidad, son base fundamental que guía el día a día de todas las actividades que desarrollamos todas aquellas personas que conformamos esta gran familia, y ahí es donde está realmente la diferenciación de nuestros productos, en la componente social, que al mismo tiempo hace que nuestros clientes se conviertan en fieles aliados de nuestro proyecto.

Es la naturaleza, con su forma de actuar en los viñedos, donde la cooperación de sus elementos hace posible cosechas de excepcional calidad, la que nos mostró el camino a seguir en nuestra actividad diaria y de esta forma nuestros vinos podemos decir con total convencimiento que son “excepcionales vinos que pertenecen a su tierra”, al clima y a las personas que están tras su elaboración.



CÁMARA ACCIÓN Sigue abierto el plazo para presentar las ideas de negocio en el concurso online "Cámara Acción"



¿Eres emprendedor? No te pierdas la iniciativa de la Cámara. Graba tu videocandidatura y súbela a www.camaraaccion.es hasta el 7 de septiembre

La Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba presentó oficialmente el pasado 12 de junio el concurso online "Cámara Acción", el primer "casting de ideas on the road" para emprendedores y empresarios de Córdoba y provincia que quieran presentar su idea de negocio a través de un vídeo.

El presidente de la Cámara, Ignacio Fernández de Mesa, destacó que "este nuevo proyecto hace falta para la búsqueda de más y más emprendedores. Con este concurso la Cámara, en su función empresarial y como veladora de los intereses generales del comercio y la industria y en definitiva de la economía, pone su grano de arena en el fomento del emprendimiento porque lo que sin duda hacen falta son nuevas ideas. Además, hizo hincapié en que "esta campaña la

hacemos dentro del marco de la innovación y las nuevas tecnologías, que es donde debe estar el emprendimiento hoy en día".

Por su parte, el responsable de Extensión Territorial e Innovación de la Cámara, Luis Díaz, recaló que "buscamos que los empresarios y emprendedores sean actores de su propia realidad. Esta campaña puede ayudar a florecer tantas y tan buenas ideas de negocio que surgen en la provincia y que no han frugado".

Ya se ha desarrollado la primera fase de la campaña. Los participantes han realizado videocandidaturas de 3 minutos en los puntos de rodaje que se establecieron para el casting. Ha habido puntos de grabación habilitados en Córdoba capital y algunos municipios

(Lucena, Posadas, Hinojosa del Duque, Pozoblanco, Cabra y Priego) para cubrir toda la provincia.

El ganador obtendrá asesoramiento para crear la empresa, cesión gratuita de oficina, publicidad, búsqueda de mecenas y 600 euros

La otra opción, que es la que está vigente, es que el candidato se grabe y suba el vídeo a la web o presentarlo en formato DVD en las antenas de la Cámara. Si se hace de esta forma el plazo es del 1 de julio al 7 de septiembre.



**CÁMARA
acción**
CASTING DE IDEAS
ON THE ROAD

Votación en la web

Las videocandidaturas podrán ser votadas online en www.camaraaccion.es desde el 15 de septiembre al 15 de octubre. Posteriormente, el jurado hará una selección de cuatro finalistas entre las diez videocandidaturas más votadas. Los cuatro finalistas tendrán como premio asesoramiento para crear su empresa, cesión gratuita de una oficina, así como publicidad y búsqueda de mecenas. En el caso de ser la ganadora, además obtendrá el diseño o rediseño de su marca y 600 euros. El jurado técnico, presidido por el presidente de la Cámara de Comercio, estará compuesto por un total de cinco personas en

representación del Instituto Municipal de Desarrollo Económico y Empleo de Córdoba (Imdeec), la Fundación Andalucía Emprende, la Agencia IDEA y la propia Cámara.

La campaña está patrocinada por el Ayuntamiento de Córdoba, el Imdeec, Andalucía Emprende, el Ayuntamiento de Lucena, el Ayuntamiento de Posadas y el Grupo PACC y colaboran Fivew, Inverem, A las 6 en la playa, Activa Mutua 2008 y Centro coworking alborada.

Para más información sobre las bases del concurso, votaciones y premios: www.camaraaccion.es





ENTREVISTA Frédéric Sallandre **A3M**

Director Gerente de A3M



Diez años de tarjetas plásticas

A3M cumple su décimo aniversario siendo un referente europeo en el sector de las aplicaciones de identificación segura y automatizada de personas. Esta empresa cordobesa, con delegaciones en Madrid, París y Montpellier, ofrece distintos servicios de fabricación de tarjetas plásticas, importación de impresoras de tarjetas, desarrollo de aplicaciones de software, etc...

¿Cómo comenzó su andadura en este sector?

Después de licenciarme en económicas por la Universidad de La Sorbona, comencé mi andadura profesional en el año 95 en una empresa francesa que se dedicaba a la fabricación de impresoras de tarjetas plásticas.

Posteriormente, y tras cambiar mi residencia a España, decidí crear una empresa viendo las posibilidades del mercado español.

¿Cómo ha sido la evolución de su firma desde que comenzó en 2003?

Comenzamos con la importación de impresoras de tarjetas y la fabricación de tarjetas plásticas, posteriormente, y debido a la demanda de nuestros propios clientes, hemos ido completando nuestra gama con productos de software, lectores RFID, tornos, etc...

Nuestra experiencia con integradores de sistemas de control de accesos nos hizo ver la necesidad de convertirnos en un proveedor único para este tipo de clientes, donde pudieran encontrar desde una simple tarjeta plástica hasta un torno para el control de accesos.

¿Quiénes son sus clientes potenciales?

Nuestros clientes potenciales son revendedores, distribuidores e integradores de sistemas de control de accesos.

Gracias a nuestra red de distribuidores podemos llegar a cualquier sector del mercado.

¿A qué países llegan sus servicios?

En un principio, comenzamos exportando nuestros productos a los países más cercanos a nosotros, como Francia y Portugal. Posteriormente fuimos viendo que había un gran potencial en los países del África francófona y decidimos comenzar a abrir mercado en aquella zona.

El gran impulso a nuestras exportaciones nos vino en el año 2009 de la mano del programa PIPE, en aquel año fuimos seleccionados para participar en dicho programa, donde se nos prestó todo el apoyo y se nos asesoró en cuestiones de mercados exteriores hasta que fueron llegando las primeras ventas.

Gracias a nuestra participación en el programa PIPE, conseguimos alcanzar una cuota de exportación del 30% de la facturación global en los dos primeros años.

Actualmente nos encontramos en la fase de seguimiento, en la que ya a finales del año pasado nuestro porcentaje de exportación rondaba el 50% de la facturación total.

Sin duda alguna, nuestra participación en el PIPE nos ha ayudado a minimizar el impacto de la actual crisis, asesorándonos en el proceso de internacionalización de nuestra empresa, tan importante en estos días.

¿Cuál es el valor añadido de sus productos?

Contamos con nuestro propio equipo de desarrolladores de software entre el personal de la empresa, por lo que podemos presumir de prestar un servicio postventa muy bien valorado por nuestros clientes.

Somos la única empresa a nivel nacional que desarrolla software para impresión de tarjetas plásticas y contamos con varias empresas a nivel internacional interesadas en distribuir nuestro programa.

Además, estamos en conversaciones con algunos de los fabricantes de impresoras de tarjetas plásticas más importantes a nivel internacional para conseguir un acuerdo mediante el cual nuestro software se distribuya junto con sus impresoras.

Por otra parte, nuestros técnicos se desplazan al menos una vez al año a las instalaciones de los fabricantes de impresoras de tarjetas plásticas con los que trabajamos para recibir formación técnica, de ahí que seamos servicio técnico oficial de las principales marcas de impresoras. Todo esto se refleja en un servicio técnico ágil y de calidad, dando respuesta a las incidencias prácticamente en el 100% de los casos en la misma llamada.

También somos pioneros en la implementación de un chat online a través de nuestra página web, mediante el cual, damos soporte técnico y comercial en tiempo real.

¿Qué volumen de producción tiene A3M?

En el año pasado, y en medio de la actual crisis económica, llegamos a la cifra de 50 millones de tarjetas producidas. Este volumen de producción hace que seamos un referente en la fabricación de tarjetas plásticas a nivel europeo.

Además estamos entre las 5 primeras empresas europeas en número de ventas de impresoras de tarjetas plásticas por año.

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

Trabajo, constancia e innovación continua, de hecho tenemos en proyecto la adquisición de nuevos equipamientos para la impresión de tarjetas a pequeña y mediana escala para poder servir todos aquellos pedidos que por su pequeño volumen no se pueden imprimir en fábrica, asegurándonos así una entrega rápida.



De La RUBIA RICOH
tu socio tecnológico

Ahorra un 20%
en la impresión de documentos estudio sin compromiso!!

Polígono Tecnocórdoba, parc. 61
14014 Córdoba **957 257 250**



Esta revista está impresa con la prensa digital PROC7501



Ficha técnica

Nombre y apellidos

Mauricio Escorcía y Beatriz Navarro

Empresa

Sol de Munda S.L

Cargo en la empresa

Directores de Exportaciones

Sector

Agroalimentario

Fecha de creación

14/6/2013

Web

www.soldemunda.com

Dirección

Glorieta de los países
Bálticos, Polg. Ind.
Tecnocórdoba
Edificio Baobab 2, oficina 16
CP 14014

Teléfonos

698 565483 / 638803235

¿Qué le motivó a emprender su propio negocio?

La idea surge al mezclar la experiencia de ambos promotores Beatriz especializada en Alimentos y Bebidas y Mauricio en Ventas y Finanzas y posteriormente en exportación de Maquinaria de construcción aquí en España, una gran pasión por los productos de la tierra y vocación de darlos a conocer fuera de España.

¿Cómo transformó su idea en empresa?

EL proyecto se convierte en realidad poco a poco en cada reunión en la Cámara de Comercio, muchas horas trabajadas en conjunto para poder estar seguros de que Sol de Munda tendrá muchísimo éxito.

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

Lo destacaríamos todo, comenzando por el trato recibido tan amable y profesional de todos sus trabajadores. Comenzando con nuestra guía y apoyo desde el comienzo, Vanessa Ramos, que ha desempeñado un papel fundamental en la creación de nuestra empresa, su profesionalidad y conocimiento unidos a su capacidad y entusiasmo transmitidos hacia nosotros hicieron que cada día poco a poco fuéramos viendo lo que era un proyecto convertirse en una realidad. Junto a ella, destacar también

a Manolo Muñoz que nos aconsejó y asesoró para la creación de la empresa y Juan Rafael, que nos asesoró con el tema legal de nuestro primer contrato con Colombia.

¿Cuáles fueron sus mayores retos?

El mayor reto fue tomar la decisión de dar el primer paso y decidirse a crear una empresa en mitad de una crisis económica, hay una frase que a ambos nos gusta mucho y nos motiva que es "Para recorrer 1000 millas solo tienes que dar el primer paso".

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

Tres cualidades que consideramos importantes para ser un buen emprendedor son:

- Preparación del emprendedor y del proyecto
- Ofrecer un buen producto
- Profesionalidad para llevarlo a cabo y lidiar con los clientes

¿Qué valor añadido ofrecen sus productos o servicios?

Sol de Munda es una gran marca creada por nosotros, que engloba una selección de los mejores y más selectos productos Gourmet.

EMPLEO La Cámara reconocida como agencia de colocación

www.camaraemplea.com

Su función es la de servir de intermediaria entre el desempleado y las empresas en la búsqueda de trabajo

La Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba se presentó oficialmente el pasado 14 de junio como agencia de colocación, surgida tras la aprobación de la ley de reforma laboral y homologada como tal el pasado 23 de abril por el Servicio Andaluz de Empleo (SAE).

El presidente de la Cámara, Ignacio Fernández de Mesa, destacó que “el desempleo es un tema de una gravedad impresionante y nuestra Corporación lleva muchos años trabajando en el fomento del empleo. Ahora a la Cámara se nos ha reconocido como agencia de colocación, una acción que va a facilitarnos unificar todos los servicios de empleo en nuestra web”.

Por su parte, el responsable de empleo de la Cámara, Eduardo Collantes, recalcó que “la función de la agencia de colocación es la de servir de intermediaria entre el desempleado y las empresas en la búsqueda de trabajo. Está destinada a mejorar la coordinación entre ambos sectores y a fomentar las oportunidades de acceso laboral a todos los demandantes. Llevamos muchos años realizando labores en intermediación y orientación laboral y fruto de este trabajo es lo que nos ha servido para que nos homologuen como agencia de colocación”.

4 fases

La Cámara va a trabajar en varias fases como agencia de colocación. Una fase de información, que es de entrevistas personales a los demandantes de empleo. La siguiente fase es de orientación laboral para posteriormente rea-

lizar la intermediación y por último, la fase de mantenimiento de empleo a través de jornadas y seminarios. La idea es realizar una jornada mensual a partir de septiembre para mantenimiento de empleo.

Ser agencia de colocación supone para la Cámara unificar todos los servicios de empleo a través de www.camaraemplea.com (una web que ha recibido 221.219 visitas en los últimos tres años). La intermediación laboral se hará de forma gratuita para los demandantes de empleo y las empresas y la Cámara estará conectada y remitiéndole toda la información al Servicio Público de Empleo Estatal.

Datos de interés

Todos los servicios que presta la Cámara en materia de empleo son gratuitos

En la bolsa de empleo de la Cámara están inscritos 10.537 candidatos (el 54 por ciento son mujeres y el 46 por ciento hombres)

Desde hace tres años se han ofrecido 411 ofertas de empleo con 900 puestos de trabajo. A esas ofertas de las empresas adscritas a la bolsa se han enviado 6.932 candidatos demandantes de empleo

En www.camaraemplea.com las empresas publicitan sus ofertas y la Corporación le ofrece servicios de preselección de personal, entrevistas y dinámicas de grupo





NOTICIAS INSTITUCIONALES



Cámara e Imdeec firman un convenio para crear una nueva antena en Tecnocórdoba

La Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba, el Instituto Municipal de Desarrollo Económico y Empleo de Córdoba (IMDEEC) y el Consejo Superior de Cámaras suscribieron el pasado 2 de mayo un convenio de colaboración para el desarrollo del Programa Antenas "Servicios de Proximidad para la pequeña y mediana empresa" con el objetivo de constituir una nueva antena local en el Vivero de Empresas Baobab en el Polígono Tecnocórdoba.

Este acuerdo permite que esta nueva antena acerque los servicios de la entidad cameral a las empresas y emprendedores del este de Córdoba. Con esta nueva oficina ya son cuatro las antenas ampliando así la red cameral de Córdoba (Priego de Córdoba, Hinojosa del Duque, Posadas y Polígono Tecnocórdoba).

En la firma participaron el presidente de la Cámara de Córdoba, Ignacio Fernández de Mesa, y el presidente del Instituto Municipal de Desarrollo Económico y Empleo, Rafael Navas. Fernández de Mesa destacó que "Con la nueva antena se atiende no sólo Córdoba sino toda su área exterior de influencia de esta capital". Además, recalcó que "esta nueva antena se va a volcar en actividades formativas para empresarios, en actividades de comercio exterior y por supuesto en apoyar la creación de empresas que, sin duda, es la base para salir de esta situación económica". Por su parte, Navas subrayó que "este convenio es una prueba más de que sumando esfuerzos nos irá mejor a todos y la voluntad del Ayuntamiento es aunar esos esfuerzos para apoyar el emprendimiento y la creación de empresas para mejorar la economía de nuestra ciudad".



La Cámara presenta el CRM como estrategia de marketing

La Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba celebró el pasado 13 de junio la jornada gratuita "CRM como estrategia de marketing: haciendo fans a los clientes. Casos de éxito". El encuentro contó con distintos po-

nentes de dilatada trayectoria en empresas tecnológicas punteras en marketing y CRM, que analizaron casos reales de éxito de implementación de estas tecnologías. Una buena información también supondrá una ayuda para gestionar de forma oportuna la cartera de clientes. Esa herramienta clave es el CRM (Customer Relationship Management) que puede proporcionar información completa y continua del perfil y costumbres de nuestros clientes.

Acuerdo para realizar prácticas de universitarios en el Área de Empleo de la Cámara

La Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba y la Universidad de Córdoba (UCO) firmaron el pasado 21 de junio en la sede cameral un convenio de cooperación educativa para la realización de prácticas académicas externas de futuros estudiantes del Máster Interuniversitario de Políticas Territoriales de Empleo impartido en la Facultad de Ciencias del Trabajo.

El convenio fue suscrito por el presidente de la Cámara, Ignacio Fernández de Mesa, y el vicerrector de Estudios de Postgrado y Formación Continua de la UCO, José Carlos Gómez. Ambos destacaron la necesidad de la formación técnica de los titulados universitarios preparando su incorporación futura al mercado de trabajo. Los estudiantes del Máster realizarán prácticas en el Área de Empleo de la Cámara de Comercio. Para ello contarán con un tutor académico de la Universidad y un tutor de la Cámara.

Inaugurada la nueva Antena Local de Posadas

La Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba y el Ayuntamiento de Posadas firmaron el pasado 27 de mayo su primer convenio de colaboración con el objetivo de crear una nueva antena cameral. Posteriormente, el 6 de junio se inauguró oficialmente la antena en un acto al que acudieron el alcalde del Ayuntamiento de Posadas, Antonio Ortega, el presidente de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba, Ignacio Fernández de Mesa, la directora territorial de Activa Mutua, M^a José Cañamares, y Fermín Urbano de la Junta Directiva de Adepo (Asociación de Empresarios de Posadas).

La antena está ubicada en el edificio municipal "Posada de empresas" en el Polígono Sierrezuela.



La Cámara fomenta la Formación Dual en Alemania

La Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba presentó el pasado 6 de junio el programa “Aprende Alemán trabajando, Formación Profesional Dual”, gracias al cual se combinan prácticas en empresas con formación en la escuela. Este programa, desarrollado por la Cámara de Comercio de Córdoba, la Cámara de Comercio de Nuremberg, la AAU de Alemania y la Agencia Federal de Empleo, tiene como objetivo facilitar el acceso al mercado laboral en Alemania ofertando 21 puestos de trabajo (nueve puestos para recepcionistas de hotel, un administrativo, siete cocineros para hoteles y restaurantes, un puesto para informático y tres camareros).

El presidente de la Cámara, Ignacio Fernández de Mesa, destacó que “con este programa somos una de las Cámaras pioneras en España en la Formación Profesional Dual. Es un proyecto que se desarrolla dentro del carácter público que tiene la Cámara y siempre apoyando a las Administraciones en la búsqueda de la creación de empresas y la internacionalización social”. Por su parte, el director general del Consejo Superior de Cámaras, Javier Carretero, subrayó que “estamos empezando un camino porque es el momento de que la formación en España se mejore y nos guíemos por sistemas como el alemán que es muy eficaz. En ese sentido las Cámaras tienen un papel fundamental en difundir la experiencia de la Formación Dual y conseguir que ese caldo

de cultivo cale en los empresarios que consideren que es una vía para que sus empresas ganen talento y tengan un futuro más estable”.

Por otro lado, el responsable del departamento de Empleo de la Cámara, Eduardo Collantes, destacó como datos que “la media de edad de los participantes es de 27 años y que el 66 por ciento tienen formación universitaria. Las ciudades en donde se va a desarrollar el programa son Nuremberg, Rothernburg y Greiding”.

Este proyecto incluye cursos de idiomas, un amplio asesoramiento, prácticas en una empresa y una ayuda económica. Se combinará la formación en la empresa con la formación en la escuela. Además de las clases se recibirá un contrato de trabajo de formación en una empresa, en donde se aprenderá todos los aspectos prácticos y los conocimientos especializados para un futuro profesional.

Requisitos

Los alumnos que se han acogido a este programa tienen entre 18 y 35 años, nivel básico de alemán, han completado el período de educación obligatoria y están desempleados.

El proyecto tiene cinco fases: el programa comenzó con un curso de alemán preparatorio en la Cámara. Con posterioridad, se realizará un curso intensivo de un mes en Nuremberg, para seguir con un período de prácticas de dos meses. Si al candidato le gusta la profesión y la empresa elegida, se le hará un contrato de formación dual y en septiembre se comenzará el curso de formación profesional.

Córdoba acoge la III Jornada Nacional de Lonjas Y Mercados de Cereales y Oleaginosas

Córdoba acogió el pasado 19 de junio en el Alcázar de los Reyes Cristianos la III Jornada Nacional de Lonjas y Mercados de Cereales y Oleaginosas, organizada por la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba, Asaja y la Asociación Nacional de Lonjas y Mercados de origen (AELMO).

La jornada fue inaugurada por el presidente de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba y presidente de Asaja, Ignacio Fernández de Mesa, el presidente de la Asociación Española de Lonjas y Mercados de Origen (AELMO), Joaquín Salvo, el presidente de la Caja Rural de Córdoba, Manuel Enríquez, y el primer teniente de alcalde del Ayuntamiento de Córdoba, Rafael Navas.



Se celebraron dos ponencias a cargo del coordinador del Área de I+D+F del IFAPA de la Junta de Andalucía, Salvador Nadal, y del Commercial Manager de Gaviola España, Mario Notario.

Por último, se constituyó la Mesa Nacional, con representantes de las Lonjas de Albacete, Barcelona, Ciudad Real, Córdoba, Cuenca, Lonja del Ebro, Extremadura, Gerona, Talavera, Toledo y Valencia, bajo la dirección de Joaquín Salvo y tras la intervención de productores y comercializadores de cada una de las Lonjas, estableció las tendencias del mercado a nivel nacional.

El acto fue clausurado por el alcalde de Córdoba, José Antonio Nieto, y el subdelegado de Gobierno, Juan José Primo.



Presentan el portal Camaraemplea en los ayuntamientos de Castro del Río, Priego y Lucena

La Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba y el Ayuntamiento de Castro del Río firmaron el pasado

10 de mayo un convenio de colaboración para realizar actuaciones conjuntas con el objetivo de fomentar la actividad económica y empresarial enfocado especialmente a la creación de empleo. El presidente de la Cámara, Ignacio Fernández de Mesa, y el alcalde de Castro del Río, José Luis Caravaca, fueron los encargados de suscribir el acuerdo, por el cual se ha creado el portal Camaraemplea, donde se ofrece todos los servicios en

materia de empleo de manera gratuita tanto a las empresas como a los demandantes de empleo.

Posteriormente, el presidente de la Cámara se trasladó al Ayuntamiento de Priego en donde también presentó, junto con la alcaldesa, M^a Luisa Ceballos, el portal Camaraemplea. Un proyecto que nace con clara vocación de mejorar la situación económica del municipio y con el objetivo de acercar todos los servicios de empleo con los que cuenta la Cámara. Para finalizar la mañana, Fernández de Mesa firmó un convenio de colaboración con el Ayuntamiento de Lucena, que está incluido en el Plan Integral de Empleo aprobado recientemente por el Pleno y su objetivo es brindar servicios a los pymes. Después de la firma y la presentación de Camaraemplea, la Cámara y la Confederación de Empresarios entregaron casi una treintena de diplomas a personas que han asistido a cursos impartidos por ambas entidades.



Expertos del comercio electrónico asesoran a las empresas en una jornada en la Cámara

Se expusieron casos de éxito de la mano de ponentes de dilatada trayectoria en firmas tecnológicas punteras en e-commerce. La Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba, en colaboración con Spain Tic Technologies, celebró el pasado 22 de mayo en su sede la jornada gratuita "El comercio electrónico, ¿solución a nuestras ventas? Casos de éxito".

El acto de apertura corrió a cargo del responsable de Extensión Territorial e Innovación de la Cámara, Luis Díaz, que destacó que "el comercio electrónico en España creció un 11,7 por ciento durante el tercer trimestre de 2012 frente al mismo periodo del año anterior, lo que supone un volumen total de facturación de 2.705 millones de euros". Además, ha recalado que "con los cambios de tendencia en los modelos y canales de compra, cada día se hace más necesaria la estrategia multicanal, el conjugar la tienda física con la virtual".

Expertos de reconocido prestigio en el mundo del e-commerce dieron a las empresas y autónomos asistentes una visión de las posibilidades y ventajas que tienen para dar a conocer su empresa y vender sus productos o servi-

cios a través del comercio electrónico. Los ponentes presentaron casos reales de éxito de implementación de estas tecnologías en empresas que están creciendo mucho a través de este tipo de ventas (Zolbit y BrainSINS). María Verdugo, Marketing Assistant de Tic-Spain Technologies, Manuel Ramos, CEO de Zolbit, Cayetano Jiménez, CEO de de Tic-Spain Technologies, Borja Monsalve, Key Account Manager de BrainSINS, y Miguel Mahón, responsable del Área Jurídica de CE Consulting, presentaron los casos de éxito, comparadores de precios como Kelkoo, dos buscadores para competir online y posicionarse en mercados internacionales como son Baidu de China y Yandex de Rusia y dieron a conocer el entorno legal del comercio electrónico en España.



LA CÁMARA
RESPONDE

¿Qué protección jurídica ofrecen los Incoterms?

Los Incoterms no son una ley internacional, ni incluso un acuerdo entre los gobiernos de varios países. Los Incoterms son términos de comercio internacional que forman parte de un contrato de compraventa entre dos empresas. Por tanto, entrarán en vigencia cuando las dos partes estén de acuerdo en aceptarlos en su contrato de compraventa.

Este contrato lo puede firmar cualquier empresa con independencia del país en que este ubicada.



¿Cuándo comienza en la Cámara la tercera edición del Máster en Administración y Dirección de Empresas (MBA)?

El programa se impartirá entre octubre de 2013 y julio de 2014. El horario de clases será los viernes entre las 17:00 y las 22:00 y los sábados entre las 9:00 y las 14:00.

Dispone de más información en la web exclusiva del máster www.master-cordoba.com, también lo puede hacer en el teléfono gratuito 900 44 22 66, ó en el 902 400 085, o en la sede de la Cámara de Córdoba, en la Calle Pérez de Castro nº 1, o en el email informacion@master-cordoba.com.

¿En qué operaciones es más apropiado utilizar el término CIP?

El CIP es un Incoterm polivalente, aunque no es muy utilizado. Se debería utilizar cuando el transporte principal no es marítimo, o bien cuando existe un transporte combinado, es decir, la combinación de distintos medios de transporte en el recorrido principal.

La utilización de contenedores y cajas móviles en el transporte internacional provoca un incremento de la intermodalidad. Por ello, en los próximos años veremos un incremento en el uso de este Incoterm.

¿Qué es un plan de marketing?

Una hoja de ruta para que toda la organización conozca cómo pretendemos alcanzar los objetivos de la empresa.

El plan de marketing es la herramienta básica de gestión que debe utilizar toda empresa orientada al mercado que quiera ser competitiva. En su puesta en marcha quedarán fijadas las diferentes actuaciones que deben realizarse en el área del marketing, para alcanzar los objetivos marcados.

desde
10€

¡Benefíciate de importantes descuentos en nuestros servicios si te adscribes a la Cámara!



Cámara
Córdoba

tu empresa **mas** competitiva®



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.