Cámara Córdoba

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

NÚMERO 9 | Julio - Agosto - Septiembre 2013

La Cámara desarrolla cuatro medidas de apoyo al minorista

Entrevista al Vicedirector del Conservatorio Profesional de Música, Jaime Bedmar Estrada

27 Empresas Cordobesas se han beneficiado en 2012 del Programa InnoCámaras

EMIRAL

Emiral es una empresa compuesta por un equipo de profesionales, especializada en la gestión integral de entidades, abordando todas las vertientes, desde la organización de jornadas y congresos, hasta la gestión diaria de la propia sociedad. Proponemos un modelo de organización, partiendo del diseño de estrategias, aplicándolas transversalmente en la entidad, con un tratamiento en materia de comunicación imprescindible en nuestro entorno.

Nuestro principal objetivo es otorgar a nuestros clientes un servicio global de gestión, con el fin de simplificarles todos los procesos, desde el nacimiento de la sociedad, hasta su plenitud. Servicios como la identidad visual corporativa, creación de estrategias, diseño y puesta en marcha de campañas de lanzamiento, comunicación (gabinete de prensa, redes sociales, webs, etc), son parte de nuestra propuesta.

Ofrecemos a todos los asociados de la Cámara de Comercio de Córdoba un 10 por ciento de descuento.

Para más información:
www.emiral.es

SUMARIO

NÚMERO 9

Julio - Agosto - Septiembre 2013

3-6 EDITORIAL
Editorial
El experto opina: Álvaro Fuentes-Guerra Soldevilla
Firma invitada: Jacobo Maximiliano Gómez Brioso

6 LA CÁMARA RESPONDE
Respuestas a consultas de los empresarios

7 INNOVANDO CON LA CÁMARA
27 empresas cordobesas se han beneficiado en 2012 del Programa InnoCámaras

8-9 COMERCIO
La Cámara desarrolla cuatro medidas de apoyo al minorista

10-11 ENTREVISTA
Entrevista al Vicedirector del Conervatorio Profesional de Música, Javier Bedmar Estrada.

12 EMPRENDIENDO CON LA CÁMARA
Casos de éxito de emprendedores con ideas brillantes

13-19 INSTITUCIONAL

Cámara Córdoba

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

Presidente
Ignacio Fernández de Mesa y Delgado

Secretaria General
Carmen Gago

Gerente
Francisco Javier Castillo

Edita
Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba

Directora
Ana Perea

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

EDITORIAL

La Cámara ha dado un nuevo giro en su andadura para adaptarse a la nueva coyuntura económica. Una estructura con más de 125 años de vida no se ajusta fácilmente a una realidad tan cambiante como la actual, por lo que esta adaptación supone un gran esfuerzo colectivo. Como el resto de nuestro tejido productivo nos estamos reinventando para ofrecer más y mejores servicios: nuestro compromiso es seguir siendo un instrumento útil para la economía cordobesa a través del apoyo a la pequeña y mediana empresa.

No estamos ante una época de cambios, estamos ante un cambio de época. Resulta inútil seguir dando las mismas respuestas a preguntas que, aunque parezcan idénticas, ya no lo son. Esta transformación se retroalimenta además por otra revolución, la tecnológica, que nos obliga a salir de nuestra zona de confort para llevarnos a una zona de retos y de cambios. Y el cambio es desarrollo y progreso; y ahí es donde se debe ubicar la sociedad, la empresa y la Cámara de Córdoba. Con nuestra capacidad, nuestra motivación y nuestra confianza en el futuro, conseguiremos volver a la senda de la estabilidad económica y del crecimiento.

www.camaracordoba.com
SÍGUENOS

"Estoy convencido de que la mitad de lo que separa a los emprendedores exitosos de los que no triunfan es la perseverancia"

Steve Jobs
(empresario y magnate de los negocios del sector informático)

EL EXPERTO OPINA

Situación actual del comercio de cercanía

Para hablar de la situación actual del sector comercio, la primera evidencia que debemos señalar es la estrecha relación entre la capacidad de compra de los consumidores y la evolución del sector. Por esta ecuación, nuestra actividad es la primera en sentir los efectos de la crisis de consumo tan profunda en la que nos encontramos. Efectos que se han ido agravando con la continua pérdida de empleo y la consecuente merma en la capacidad adquisitiva de los ciudadanos. Por tanto disminución de la capacidad de consumo.

Un segundo factor que debemos contemplar , es la modificación continua y brusca de los modelos de distribución hasta ahora imperantes.

El comercio como lo entendemos en la actualidad es una actividad de intermediación, siendo el punto de encuentro entre oferta (fabricantes) y demanda (clientes).

Pues bien, esto también está cambiando, ya que cada vez más, es el fabricante el que directamente pone a la venta sus productos instalando sus propios comercios (grandes cadenas) o bien grandes distribuidores (grandes superficies) con capacidad para fabricar sus propios productos.

Igualmente las nuevas tecnologías permiten al propietario del producto o servicio ponerlo directamente a disposición del consumidor sin necesidad de intermediarios.

Todo esto, está permitiendo a estas grandes cadenas que fabrican en países en vías de desarrollo, conseguir unos márgenes altísimos que les permiten reducir de forma importante los precios de sus productos, con el consecuente diferencial con el pequeño y mediano comercio.

Estos dos factores, que son la disminución de la demanda y las modificaciones en la distribución provocan una pérdida de cuota de mercado y una disminución de ventas continua del pequeño y mediano comercio en relación a grandes superficies y grandes cadenas, como queda reflejado en las cifras que reportan los boletines del Instituto Nacional de Estadística (INE) sobre las ventas del comercio minorista:

1.- Desde 2005 hasta hoy Las grandes cadenas han aumentado sus ventas un 29% mientras que las empresas unilocalizadas (un solo establecimiento) han visto su facturación reducida un 26%.

2.-Las cifras de ventas en el comercio minorista llevan ya 36 meses de descensos continuados de facturación.

3.-Pero donde la lucha de formatos es más dura es el sector de alimentación donde las 5 mayores empresas (Mercadona, Carrefour, Eroski, Auchan y El Corte Ingles) tienen una cuota de mercado cercana al 65% según la Comisión Nacional de la Competencia.

Por tanto el pequeño y mediano comercio según estos datos está sufriendo una importante y continua pérdida de cuota de mercado por lo que la situación del sector podemos calificarla de dramática.

> "El comercio minorista es el nuevo y más importante productor social de empleo"

La primera dificultad a la que se enfrenta el pequeño comercio es por tanto, el conseguir invertir la tendencia y detener los continuos descensos en cifra de venta y cuota de mercado.

Tampoco ayuda el difícil acceso al crédito, que podría compensar las dificultades de tesorería por las importantes disminuciones de ingresos. Esta falta de liquidez pone en peligro en muchos casos la continuidad de los negocios. Por esto es vital reactivar el crédito al pequeño comercio que permita superar esta última fase de la crisis, a la espera de una reactivación del consumo.

Igualmente es un reto para el comercio de cercanía la adaptación a los nuevos usos del consumidor, entender lo que este realmente está demandando y adoptar las herramientas que las nuevas tecnologías ponen a nuestro alcance evitando la tan temida brecha digital o tecnológica.

Pero el pequeño comercio también tiene sus fortalezas y sus Oportunidades.

La crisis que estamos viviendo está demostrando la capacidad de resistencia de un sector donde predomina el trabajador autónomo, que ha sabido ajustar su retribución al momento de crisis actual, demostrando una capacidad de adaptación que ha permitido en muchos casos la continuidad de los comercios y el mantenimiento del empleo de una forma significativa.

Es mas, según el INE el ratio que relaciona cifra de facturación y empleo indica que el pequeño comercio crea más del doble de empleo que las grandes superficies a igualdad de facturación. Es por tanto un modelo de distribución mucho más intensivo en términos de empleo.

Pero el consumidor es soberano y decide donde y como comprar y aquí es donde debemos dirigir la mirada más que nunca y es donde se aprecian las Oportunidades.

El consumidor es cada vez más exigente. El número de consumidores concienciados con el consumo responsable y local y la compra como experiencia y no solo como compra de objetos, es cada vez mayor y aquí el comercio ciudad tiene ventajas competitivas y una oportunidad de futuro, aunando esfuerzos con hostelería y Turismo.

Pero para ello, el pequeño comercio debe estar a la altura, y debe hacer un esfuerzo importante en especialización, formación continua y utilización de las nuevas tecnologías, para poder así dar un valor añadido al cliente desde una perspectiva de experto en aquello que vende.

Soy optimista y creo que el pequeño comercio tiene por delante un futuro esperanzador.

Álvaro Fuentes-Guerra Soldevilla
Economista.

FIRMA INVITADA

¿Cómo saber que una idea puede ser la adecuada para crear tu primera empresa?

— Alfredo, el primo de un amigo mío de Madrid, tuvo una idea relacionada con la venta de nuevos accesorios para móviles. Creó una página web y desarrollo una excelente cesta de la compra online y le va muy bien, está ganando mucho dinero—, —Pues Mariano, eso es similar al hermano de uno que estudió conmigo en la universidad, ha montado un club de pádel con pistas cubiertas en Viveiro. Es un municipio del norte de Galicia en el que llueve mucho. No tiene apenas horas libres para alquilar y está muy contento. He pasado las vacaciones allí, fui a jugar un campeonato y se habían apuntado 125 parejas, una pasada—.

¿Quién no conoce a alguien, que es amigo de, que tiene un familiar que…ha creado una empresa, o como lo llamamos vulgarmente "ha montado un negocio"? En mi opinión, la conversación que he descrito en el párrafo de más arriba, entre dos amigos, la hemos tenido muchos de nosotros, pero, ¿qué ocurre, cuando soy YO el que tengo una idea y quiero ponerla en práctica?

Desde mi experiencia, voy a tratar de explicaros el proceso que va desde que se construye una conjetura de negocio en nuestra cabeza hasta el punto de valorarla como un potencial proyecto. Si con este artículo de opinión, consigo que una sola persona con entusiasmo pueda valorar objetivamente su idea y le sirva de impulso para perderle el miedo al emprendimiento, tendré la seguridad de haber alcanzado el objetivo propuesto al escribirlo. Comencemos…

En primer lugar os diré 3 atributos que debería atesorar una persona que quiera ser empresario:

1) Tener disciplina de **trabajo**.

2) **Saber tomar decisiones** (siempre basadas en la información) y para ello, conocer el mayor número de variables posibles.

3) Tener una visión clara del desarrollo de su **proyecto tanto a corto plazo como a largo**, sabiendo las necesidades y conflictos que pudieran originarse en cada momento.

LA IDEA: No todas son buenas. ¿Cómo saber valorarla? Este primer paso, es el gran umbral que diferencia a aquellos que se estrellan estrepitosamente y los que hacen de una idea una empresa de éxito. Para poder explicarme con más precisión utilizaré la ciencia matemática, y os voy a definir un propósito de negocio, como una ecuación:

$$E=I^{*}(V)$$

E(Empresa) // I(Idea) // V(Todas las variables que interactúan entre ellas para hacer de esta gran idea un negocio rentable.

Partimos de la "I" (idea que se ha forjado en nuestro pensamiento, por tanto es conocida). Si queremos resolver la ecuación "E" (por ende, conseguir tener una posible empresa rentable), debo tener en cuenta todas las variables "V" que pueden o pudieran afectar a la misma. Vamos a someter a la idea a todas esas variables. Para ello voy a enumerar desde mi punto de vista, punto por punto, las 4 que más influencian:

1) Tu sapiencia del **sector** en el que se enmarca tu proyecto. Tu Experiencia en el mismo. Tradición familiar. Oportunidades reales. Que novedad estás incorporando al mismo (precio, diferenciación por algún elemento incorporado a tus productos, tendencia, funciona en otros países…).

2) Crear un plan de empresa reducido que incluya tus aspiraciones a corto, medio y largo plazo. Muy importante crear **escenarios de rentabilidad**, en lo que incluyes todos los gastos fijos de establecimiento, producción y explotación de negocio y tus ingresos esperados (puedes utilizar una simple hoja Excel para hacerlo). La cantidad que reluzca en esa diferencia entre gastos e ingresos será tu espada de Damocles. Mínimo crea tres escenarios de ingresos (malo, regular y bueno). Es muy típico creerse que tu idea adoptará la progresión geométrica del cuento de la lechera… Pocas veces ocurre.

3) **Socios**. Esencial saber con quién vas a emprender. Formará parte de tu familia. Es un matrimonio encubierto, que puede ser a varias bandas. Definir claramente las funciones, horarios y remuneración de cada uno.

4) **Financiación**. Punto clave en nuestra puesta en marcha y llegada a la comercialización de nuestros productos. Hay que tenerla presente para un corto, medio y largo plazo. Con buenos, malos y regulares resultados, volvemos a los escenarios posibles. Tener claro y ser consciente de la cantidad que necesito para desarrollar mi plan de empresa y las garantías necesarias para disponer del dicho dinero.

Una vez dispongamos de toda la información resultante de la resolución de las variables expuestas, podremos estar en disposición de confirmar o desestimar nuestras conjeturas de negocio. Y poder valorar con un porcentaje muy alto de acierto cuan buena y genial era nuestra proposición.

Conclusión: SOMETE TUS IDEAS a esta ecuación, responde a todas las variables. Si lo haces tendrás la información necesaria para valorar si tu idea prospera o debes encontrar otra. Recuerda: E=I(V).

En la actualidad en Rodia (mi empresa), somos 2 socios fundadores, David García de la Rosa y yo. Pero vamos formando un gran equipo, a los cuáles mes gustaría mandarle un saludo, Juanje, Dani, Josué, Apa y Leonor. Para más información sobre nosotros, os ánimo a visitar nuestras redes sociales y nuestra página web: www.rodia.es. Ha sido un placer por mi parte. Os mano un saludo cordial a todos los lectores de la revista de la Cámara de Comercio.

Jacobo Maximiliano Gómez Brioso
Socio fundador y director comercial y jurídico de Esparta-Design S.L. (RODIA). Empresa dedicada al sector del calzado y la moda.

LA CÁMARA RESPONDE

¿Qué cursos tiene previsto realizar la Cámara próximamente?

Formación Auditores Jefe para la Certificación de Sistemas de Gestión de Calidad (IRCA 2245 - A17024)

• Fechas: del 4 al 8 de Noviembre de 2013

- Formación Presencial: 4 al 8 de Noviembre de 2013

- Formación On-Line (opcional): 4 de Octubre a 3 de Noviembre de 2013

• Duración:

- Formación Presencial: 40 horas

- Formación On-Line (opcional): 1 mes

• Modalidad: Presencial

• Horario: Mañana y Tarde (desayuno y almuerzo incluidos)

• Nº de plazas: Plazas limitadas a 10 alumnos máximo.

• Lugar de Celebración: Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba

• Coste: 1.020 € (con la posibilidad de bonificar el 100% del coste) *

Así mismo, se ofrece la posibilidad de realizar un curso de preparación del IRCA de manera gratuita y que le permitiría bonificarse el 100% del coste del curso.

Introducción al IRCA de Sistemas de Gestión de la Calidad

Para la preparación del curso IRCA (opcional)

Modalidad: e-Learning.

Duración: 1 mes

Formación Auditores Jefe para la Certificación de Sistemas de Gestión de Calidad (IRCA 2245/17024)

Modalidad: Presencial

Duración:40 horas (5 días)

¿Qué es un Cuaderno ATA?

Las Administraciones Aduaneras de todos los países han venido concediendo ciertas facilidades para la circulación de mercancías con el fin de estimular las relaciones comerciales entre los diversos países.

Por este motivo, el 6 de diciembre de 1961 se firma el Convenio Aduanero ATA de Admisión Temporal de Mercancías y, posteriormente, el 26 de junio de 1990 el Convenio de Estambul.

El **Cuaderno ATA** es un **documento de Admisión Temporal** de mercancías válido en los países miembros de la Cadena ATA que sustituye a los documentos nacionales de exportación e importación temporal, en ciertos supuestos y cumpliendo determinados requisitos.

Cámara Córdoba

ATA carnet

Más información e inscripciones:

Para poder inscribirse, previamente deberá de descargarse la ficha de inscripción disponible en archivos adjuntos a la presente noticia. Posteriormente deberá de remitir la ficha debidamente cumplimentada a amantero@camaracordoba.com

Posteriormente y una vez se haya confirmado su plaza por parte de la Cámara de Comercio se realizaría el pago de la matrícula, la cual se puede realizar mediante transferencia bancaria o en nuestras oficinas.

Si necesita más información no dude en contactar con:

Antonio Mantero

amantero@camaracordoba.com

957296199 ext 0 105

María Carrasco

mcarrasco@camaracordoba.com

957296199 ext 0 148

¿Pueden indicarnos algunos de los proyectos que tiene la Cámara en marcha?

Una central de compras y servicios

Esta Cámara de Comercio está impulsando la creación de un innovador servicio con la creación de una Central de Compras y de Servicios al objeto de mejorar la competitividad de nuestras empresas, esto es: comprar mejor por la gestión de un mayor volumen de compras, mejor información de mercado y más servicios cuyos costes no son asumibles individualmente.

La Cámara pretende firmar acuerdos de colaboración con empresas suministradoras de productos y de servicios en el concepto más amplio posible, si bien, es nuestra intención seleccionar la oferta de una empresa de cada sector y segmento. Entre ellas se puede destacar:

• Entidades bancarias

• Distribución de combustibles

• Distribución de electricidad

• Distribución de telefonía móvil e Internet

• Distribuidoras de papelería y material escritorio

• Imprentas

• Publicidad y marketing

• Empresas informáticas

• Prevención de riesgos laborales

• Agencias Viajes

• Servicios de transporte

• Seguros a la exportación

• Concesionarios de vehículos

Desde esta plataforma animamos a nuestras empresas a participar en ella considerando que puede ser del máximo interés para el sector empresarial cordobés.

Si necesita más información no dude en contactar con:

Francisco Aguilar

faguilar@camaracordoba.com

957296199 ext 0 110

INNOVANDO
CON LA CÁMARA

27 empresas cordobesas se han beneficiado en 2012 del Programa InnoCámaras

En la convocatoria de la anualidad 2012 del programa Innocámaras, cofinanciado por el FEDER y la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba, han participado 27 pymes cordobesas que han mejorado sus procesos productivos a través de la innovación con Diagnósticos Asistidos de Innovación subvencionados al 100 % y 17 pymes han realizado además el Plan Asistido de Innovación con implantación de herramientas innovadoras que mejoran su competitividad subvencionadas en un 80%.

Objetivos del Programa InnoCámaras

Objetivo general

Contribuir a la mejora de la competitividad de las pequeñas y medianas empresas, mediante la adopción de una cultura a favor de la innovación permanente para lograr un crecimiento económico sostenido.

Objetivos específicos

- Desarrollar una metodología que ofrezca al empresario una serie de fórmulas para adoptar una actitud sensible y favorable a la innovación.
- Apoyar a las pequeñas y medianas empresas en el desarrollo de soluciones para aplicar la cultura de innovación.
- Favorecer la creación de redes empresariales que fomenten la difusión del conocimiento y las mejores prácticas.
- Favorecer la transferencia de tecnología y conocimiento desde organismos e instituciones públicas y privadas a las pequeñas y medianas empresas.

EMPRESAS / INNOCÁMARAS 2012

Solia Ingeniería y Medioambiente S.L.
Torres Patiño S.A.
Lagar de Quirós S.L.
Artelmu S.L.
Forja Cruz Cuenca S.L.
Cristina Arévalo Arévalo
F. Franco e Hijos S.L.
Luis Domínguez e Hijo S.L.
Bogas Muebles S.L.
NK Diseño S.L.
Cooperativa Agrícola La Aurora S.C.A.
Ingeniería para la Optimización del Gasto S.L.
Construcciones Metálicas Chumilla S.L.
Avanted Cold Desarrollos y Técnicas del Frío S.L.
La Web del Mueble S.L.
I Tools Technology S.L.
Fábrica de Sillas Ruiz y Sánchez S.L.
Piensos El Prado Celedonio Montilla S.L.
Soluciones Integrales en Sostenibilidad S.L.L.
Celedonio Montilla S.C.A.
Jaime Jurado Cordón
Idolive S.L.
Metales La Estrella S.L.
Nexum Comunicación Creativa S.L.
Docriluc S.L.
Rentalia Ibérica S XXI S.L.
Centro de Desarrollos Informáticos del Sur S.L.

En cuanto a la forma jurídica:

Sociedades Limitadas: 22
Sociedades Anónimas: 1
Otras Sociedades Merc antiles: 2
Autónomos: 2

En lo tocante 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 lo referente al número de trabajadores:

De 0 a 1: 6
De 2 a 9: 9
De 10 a 49: 10
De 50 a 249: 2

En lo concerniente a la facturación:

Menos de 500.000 euros: 10
Entre 500.001 y 2.000.000 euros: 9
Entre 2.000.001 y 10.000.000 euros: 6

En cuanto a la ubicación geográfica:

Córdoba capital: 9
Provincia: 18

En lo referente a la antigüedad:

Creadas antes del año 2000: 11
Entre el 2000 y 2009: 11
De 2010 en adelante: 5

COMERCIO

La Cámara desarrolla cuatro medidas de apoyo al minorista

El Programa InnoComercio, la línea de Diagnóstico Punto de Venta, el Programa Relevo en el Comercio y el Programa de Dinamización de Centros Comerciales Abiertos se van a poner en marcha hasta el 30 de noviembre

La Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba va a poner en marcha un conjunto de medidas en el marco del Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista en España 2013.

Gracias al convenio suscrito entre el Ministerio de Economía y Competitividad y el Consejo Superior de Cámaras, la Cámara de Córdoba realizará cuatro líneas de actuación hasta el próximo 30 de noviembre de 2013, que están dirigidas a autónomos, microempresas, pequeñas o medianas empresas cordobesas dadas de alta en la rama de actividad CNAE 2009 47-Comercio al Por Menor, excepto de Vehículos de Motor y Motocicletas y en el IAE 64, 65 y 66.

En la presentación de las líneas de actuación, que tuvo lugar el pasado 23 de julio, el presidente de la Cámara, Ignacio Fernández de Mesa, destacó que "son unas medidas de apoyo a un sector gravemente afectado por la caída del consumo y la crisis económica. No debemos olvidar que es un sector muy importante que supone el 5,3 por ciento del PIB español y el 11 por ciento del total de ocupados de nuestra economía. Desgraciadamente el consumo a lo largo del 2012 ha caído en España un 3 por ciento". Además, subrayó que "desde el año 2007 al 2012 han caído 44.000 establecimientos en España y las ventas han caído un 23 por ciento".

> "Son unas medidas de apoyo a un sector gravemente afectado por la caída del consumo y la crisis económica."

Por otro lado, el responsable de Comercio, Extensión Territorial e Innovación de la Cámara, Luis Díaz, recalcó que "En Córdoba y provincia hay 20.272 actividades dadas de alta según los últimos datos que manejamos y que se pueden acoger a estas líneas".

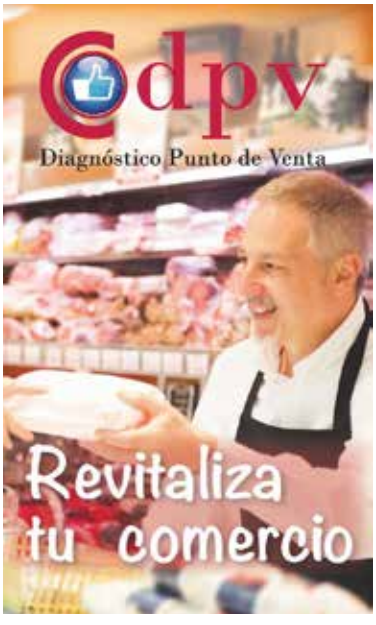
Las cuatro líneas de actuación en las que va a trabajar la Cámara son el Programa InnoComercio, la línea de Diagnóstico Punto de Venta, el Programa Relevo en el Comercio y el Programa de Dinamización de Centros Comerciales Abiertos.

(1) El **Programa InnoComercio** tiene por objeto la incorporación, como herramienta competitiva clave, de la innovación en la estrategia de las pymes comerciales mediante la realización de un diagnóstico asistido de innovación completamente gratuito que permita impulsar la adopción, por parte de éstas, de metodologías que permitan incorporar la innovación de modo sistemático a su actividad habitual favoreciendo la implantación de soluciones innovadoras que le ahorren tiempo y dinero.

(2) La **Línea de Diagnóstico Punto de Venta (DPV)** tiene como fin la mejora de la gestión del punto de venta de las pymes comerciales a través de las recomendaciones que le realizará gratis un técnico-consultor especialista después de varias visitas al mismo. Con esta medida se analizará las debilidades y potencialidades del negocio identificando problemas y riesgos existentes para poner en valor capacidades y recursos y ya posee a la vez que se introducen cambios en la gestión comercial y se realizará un completo análisis económico-financiero.

A través del DPV el comerciante va a conseguir:

- Una propuesta de mejora competitiva, centrada en la gestión del punto de venta
- Orientación hacia una gestión proactiva del comercio
- Motivación y ayudar a pensar en el propio negocio y en cómo sacar más provecho a tu local comercial
- Poner en valor capacidades y recursos que ya posee
- Facilitar información sobre cómo aplicar a tu negocio nuevas técnicas de marketing, comunicación y escaparatismo



Plan Integral de Apoyo al **Comercio Minorista**

(3) La tercera línea de actuación es el **Programa Relevo en el Comercio**, que busca ofrecer una orientación especializada a las pymes comerciales en la transmisión de sus negocios enfocada a promover la continuidad de negocios viables y de los puestos de trabajo asociados por parte de nuevos emprendedores que se plantean el inicio de su proyecto empresarial.

(4) La última medida es el **Programa de Dinamización de Centros Comerciales Abiertos**, que tiene como finalidad desarrollar acciones innovadoras en la prestación de servicios y promoción de Centros Comerciales Abiertos para lo cual se diseñarán acciones estratégicas de difusión y promoción con alguna de estas características: que sean innovadoras y creativas, fomenten el uso de las Tecnologías de la Información y el Conocimiento (TIC´s), de mejora y/o sensibilización medioambiental / social o que incorporen nuevo servicios para los consumidores.

Cualquiera de estas líneas las puede solicitar a través de la Cámara de Comercio en su sede central o en cualquiera de sus Antenas locales (Córdoba Este, Hinojosa del Duque, Posadas y Priego de Córdoba).

Talleres formativos

Estas cuatro medidas se verán reforzadas con la realización de diversos talleres a comerciantes centrados en el comercio electrónico, el marketing digital y la presencia en redes sociales como elementos clave en la política de comunicación y mejora de las ventas de la pyme comercial.

ENTREVISTA

Jaime Bedmar Estrada

Vicedirector del Conservatorio Profesional de Música
"Músico Ziryab" de Córdoba

"Nuestro auditorio es sin duda la mejor sala acústica que existe en Córdoba y posiblemente en Andalucía"

Las nuevas instalaciones del Conservatorio Profesional de Música de Córdoba en Avenida de los Piconeros llevan albergando alumnos desde el curso 2011-2012. Repasamos con su Vicedirector la evolución de estos años en el nuevo centro y los retos y proyectos futuros

¿Cómo califica el desarrollo del Conservatorio desde que está ubicado en el nuevo edificio?

De excelente. La ubicación del Conservatorio es idónea ya que en un radio de 20 minutos andando, se accede a el desde muchos puntos de Córdoba. Además tenemos justo al lado la Plaza de Colón donde paran muchas líneas de Aucorsa lo cual facilita el acceso desde cualquier otro barrio de la ciudad.

La demanda de entrada al Conservatorio ha crecido considerablemente, dada la cercanía y la calidad de nuestras nuevas instalaciones y pronto deberemos ir pensando en otro edificio que acoja sólo al grado elemental.

¿En qué es un referente el Conservatorio de Córdoba?

Pues humildemente pero haciendo eco de la realidad debo decir que somos referente en muchas cosas aunque por cuestión de espacio, citaré sólo algunas:

• En difundir nuestras raíces autóctonas musicales fuera de nuestras fronteras, habiendo viajado fuera de España muchas de nuestras agrupaciones musicales como el Cuadro Flamenco, la Escolanía, la Big Band, la Orquesta de Guitarras, la Orquesta Barroca, las Orquestas de Grado elemental y la de Grado Medio, el Aula de Canto, el Grupo de Percusión, nuestra Orquesta Sinfónica, aparte de distintos Grupos de Cámara de distintas especialidades, formados tanto por Profesores como por Alumnos.

Sólo en los dos últimos años, nuestro Conservatorio ha estado presente en países como Alemania, Polonia, Eslovenia, Italia, Rumania, Irlanda, Francia, etc…

• Somos el primer Conservatorio de Andalucía que cuenta con el Programa de Coordinación, que permite a parte de nuestros alumnos cursar de 8'00 h a 15'00 h y dentro de nuestro edificio las enseñanzas de E.S.O. y Bachillerato junto con los estudios propios del Conservatorio. Estos alumnos disponen de todas las tardes libres para poder estudiar.

• Nuestro Auditorio es sin duda la mejor sala acústica que existe en Córdoba y posiblemente en Andalucía. Diseñado por el Doctor en Acústica, Higini Arau, catalán de reconocido prestigio a nivel mundial, que entre muchísimas otras ha realizado la reconstrucción acústica del Palau de la Música de Barcelona y del Teatro de la Opera de la Scala en Milán.

• En la gran calidad profesional y humana de toda nuestra comunidad educativa y en especial de nuestro profesorado y equipo directivo, al que aprovecho para agradecer su confianza depositada en mí durante estos años como Vicedirector.

¿Qué proyectos y programas tienen previstos a corto plazo?

Lo más inmediato es una gira del Cuadro Flamenco por Marruecos, dos Conciertos del Cuarteto de Cámara y del Cuadro Flamenco en Rouen (Francia), el IV Festival de Piano "Guadalquivir", la IX edición del Premio Internacional Andalucía Flauta AFE,

un Convenio con la Diputación Provincial para un Ciclo de Conciertos de Grupos de Cámara, y como no, seguir colaborando con la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba.

También se está preparando un homenaje "sorpresa" a un gran músico de Córdoba, del que en este momento no puedo dar más datos.

¿Cuántos alumnos acoge el Conservatorio?

Algo más de 1300, siendo aproximadamente 700 en grado elemental y más de 600 en grado medio, y 115 profesores.

¿Cuál es su mayor reto como Vicedirector del Conservatorio?

Conseguir que nuestro magnífico Auditorio y el resto de nuestras instalaciones sean el espacio escénico más dinámico de nuestra ciudad, donde todos los Cordobeses puedan disfrutar tanto de conciertos, como de obras de teatro, exposiciones, danza, congresos, grabaciones de discos, proyecciones de películas, etc… implicando para ello mediante colaboraciones mutuas a organismos públicos y privados de forma que todos sean a su vez participes y usuarios del mismo.

Dígame tres cualidades que debe tener un buen docente para impartir clases de música

Tener mucha paciencia, amar la música y saber transmitirla.

¿Cómo ve a Córdoba en el ámbito cultural? ¿Se le da difusión suficiente a la música?

Es evidente que Córdoba tiene que seguir apostando e invirtiendo en Cultura como motor de desarrollo de la ciudad, a pesar de no haber conseguido ser la capital europea de la cultura para el 2016. Para ello debemos regenerar y ampliar la difusión musical en todos sus estilos, tanto dentro como fuera de nuestra hermosa ciudad.

EMPRENDIENDO CON LA CÁMARA

musical10

Ficha técnica

Nombre y apellidos
Rafael Durillo Méndez

Empresa
MUSICAL 10.

Cargo en la empresa
Gerente

Sector
Venta y reparación de instrumentos musicales

Fecha de creación
1/8/2013

Web
En construcción

Dirección
C/ Varsovia, 51 B
Polg. Ind. Tecnocórdoba

Teléfonos
957 326 739 / 606 807 659

¿Qué le motivó a emprender su propio negocio?
La principal motivación fue convertir mi hobby, mi pasión, en mi trabajo, ya que desde los 9 años de edad que mi padre me matriculó en el Conservatorio de Córdoba he estado siempre vinculado al mundo de la música.

¿Cómo transformó su idea en empresa?
La idea surgió cursando en la Cámara de Comercio de Córdoba los módulos para Técnico en Comercio Exterior. Nuestro profesor, D. Antonio Fco. Jiménez Segovia, hizo un comentario sobre la especialización en cualquier tipo de negocio que se quiera emprender en los tiempos que corren, ahí fue donde se encendió de nuevo mi bombilla emprendedora.

¿Qué destacaría del asesoramiento y la ayuda recibida por la Cámara a la hora de montar su empresa?
Sobre todo la calidad humana, el trato personal y asesoramiento profesional fue impecable. Es de los organismos que desde que entras por la puerta ya notas ese "cosquilleo" y piensas "de aquí salgo con mis ideas todavía más claras" y, efectivamente, tu asesor personal te coge y te lleva desde el principio, guiándote por el camino que debes tomar.

¿Cuáles fueron sus mayores retos?
Sin duda alguna, la financiación. Y eso que contaba con el respaldo, asesoramiento y citas acompañadas por personal de la Cámara.

¿Qué tres cualidades considera imprescindibles para ser un buen emprendedor?
Superación personal, valentía y tener capacidad de tomar tus propias decisiones.

¿Qué valor añadido ofrecen sus productos o servicios?
La principal diferencia es el asesoramiento personal que se le ofrece al cliente ya hablamos de músico a músico, con más de 35 años de experiencia por mi parte. Otra es el tema de las clases totalmente personalizadas para alumnos de todos los niveles y toda clase de instrumentos de percusión, batería, cajón flamenco, congas, etc.

Además a partir de mes de septiembre vamos a tener demostraciones, masterclas y clinics de artistas profesionales en la materia representados por las primeras marcas a nivel internacional.

Calendario de fiestas laborales en Andalucía 2014

Decreto 52/2013, de 14 de mayo, por el que se determina el Calendario de Fiestas Laborales de la Comunidad Autónoma de Andalucía para el año 2014.

Las fiestas laborales para la Comunidad Autónoma de Andalucía durante el año 2014 serán las siguientes:

1 DE ENERO | Miércoles
Fiesta de Año Nuevo

6 DE ENERO | Lunes
Epifanía del Señor

28 DE FEBRERO | Viernes
Día de Andalucía

17 DE ABRIL | Jueves
Jueves Santo

18 DE ABRIL | Viernes
Viernes Santo

1 DE MAYO | Jueves
Fiesta del Trabajo

15 DE AGOSTO | Viernes
Asunción de la Virgen

13 DE OCTUBRE | Lunes
Por traslado de la Fiesta Nacional de España

1 DE NOVIEMBRE | Sábado
Fiesta de Todos los Santos

6 DE DICIEMBRE | Sábado
Fiesta del Día de la Constitución Española

8 DE DICIEMBRE | Lunes
Inmaculada Concepción

25 DE DICIEMBRE | Jueves
Fiesta de la Navidad del Señor

Para completar los días de fiesta hasta alcanzar el máximo de catorce fiestas laborales al año, con carácter retribuido y no recuperable, hay que tener en cuenta además las dos fiestas locales que en el ámbito municipal deben ser fijadas por cada Ayuntamiento en los próximos dos meses.

Para consultar el texto íntegro, diríjase al B.O.J.A. núm. 95, de 17 de mayo a través de este enlace:

http://www.juntadeandalucia.es/eboja/2013/95/BOJA13-095-00002-8202-01_00027080.pdf

ENERO

lun	mar	mié	jue	vie	sáb	dom
30	31	01	02	03	04	05
06	07	08	09	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31	01	02
03	04	05	06	07	08	09

FEBRERO

lun	mar	mié	jue	vie	sáb	dom
27	28	29	30	31	01	02
03	04	05	06	07	08	09
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	01	02

MARZO

lun	mar	mié	jue	vie	sáb	dom
24	25	26	27	28	01	02
03	04	05	06	07	08	09
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31	01	02	03	04	05	06

ABRIL

lun	mar	mié	jue	vie	sáb	dom
31	01	02	03	04	05	06
07	08	09	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	01	02	03	04

MAYO

lun	mar	mié	jue	vie	sáb	dom
28	29	30	01	02	03	04
05	06	07	08	09	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	01

JUNIO

lun	mar	mié	jue	vie	sáb	dom
26	27	28	29	30	31	01
02	03	04	05	06	07	08
09	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	01	02	03	04	05	06

JULIO

lun	mar	mié	jue	vie	sáb	dom
30	01	02	03	04	05	06
07	08	09	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31	01	02	03

AGOSTO

lun	mar	mié	jue	vie	sáb	dom
28	29	30	31	01	02	03
04	05	06	07	08	09	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

SEPTIEMBRE

lun	mar	mié	jue	vie	sáb	dom
01	02	03	04	05	06	07
08	09	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31	01	02	03	04

OCTUBRE

lun	mar	mié	jue	vie	sáb	dom
29	30	01	02	03	04	05
06	07	08	09	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31	01	02

NOVIEMBRE

lun	mar	mié	jue	vie	sáb	dom
27	28	29	30	31	01	02
03	04	05	06	07	08	09
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	30	31

DICIEMBRE

lun	mar	mié	jue	vie	sáb	dom
01	02	03	04	05	06	07
08	09	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31	01	02	03	04

Jornada "La Gestión de Proyectos bajo el marco de la ISO 21500

La Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba y Projectatio Management Consulting celebraron el pasado 4 de julio la jornada gratuita "La Gestión de Proyectos bajo el marco de la ISO 21500", con el objetivo de introducir la ISO 21500 como estándar internacional que supondrá un nuevo marco común para la gestión de proyectos, enfocada a cómo las compañías deben organizarse para lograr mayor eficiencia en el desarrollo de sus proyectos.

La presentación corrió a cargo del gerente de la Cámara, Francisco Javier Castillo, que se encargó de presentar al ponente, que fue el director del Área de Consultoría de Projectatio Management Consulting, José Luis de la Rocha.

De la Rocha se encargó de destacar que esta norma aporta un alto nivel de descripción de los conceptos y procesos necesarios para configurar un buen compendio de prácticas que ayuden a Directores de Operaciones, Jefes de Planta, Directores de Programa, Directores de Proyecto y todo el personal implicado en el desarrollo de proyectos, a conseguir los objetivos de proyecto y de negocio.

Además de los beneficios propios que aporta la metodología Project Management, un alineamiento con la ISO 21500 supone unos beneficios adicionales que se traducen en:

• Fomentar la transferencia de conocimiento entre proyectos y organizaciones para mejorar la organización de los proyectos.

• Hacer eficiente los procesos de licitación mediante el uso de terminología coherente de dirección de proyectos.

• Habilitar la flexibilidad de los integrantes de proyectos y su capacidad para integrarse en programas internacionales.

La Cámara da las claves para aumentar la competitividad de las empresas agroalimentarias

La jornada se celebró en la sede de la antena Córdoba Este con ocho ponentes de dilatada trayectoria como el director de la Fundación Agrópolis, Antonio Fernández, o Sergio González de Sinergia Auditores

La Antena Local Córdoba Este de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba, con la colaboración del Ayuntamiento, a través del Instituto Municipal de Desarrollo Económico y Empleo de Córdoba (Imdeec), celebró el pasado 17 de julio en el edificio Baobab la jornada gratuita "Claves para la comercialización y el aumento de la competitividad en la industria agroalimentaria".

La inauguración corrió a cargo del presidente de la Cámara de Comercio de Córdoba, Ignacio Fernández de Mesa, y el primer teniente de alcalde de Córdoba y delegado de Empleo, Turismo y Agricultura del Ayuntamiento, Rafael Navas. Fernández de Mesa destacó que "el sector agroalimentario es un pilar fundamental en la encrucijada empresarial de Córdoba y provincia y tiene un peso muy destacado en el modelo económico cordobés y en las exportaciones". El director de la Fundación Agrópolis, Antonio Fernández, habló de la fundación como proyecto común y de futuro para impulsar el sector agroalimentario cordobés. Por su parte, el director general de la Cámara de Comercio de Huelva, Arsenio Martínez, presentó en su ponencia el Centro

Innovador de Productos Agroalimentarios para productos de IV y V gama y ha subrayado que se trata de una completa factoría de procesado y envasado de productos agroalimentarios. Recalcó que es un centro pionero en Andalucía que permite a las empresas del sector no sólo investigar en IV y V gama sino producir una tirada de productos y examinar el mercado sobre su acogida.

Posteriormente, Edgar Hazas y Mª Ángeles García, de Laboratorios EDYMA, ofrecieron una ponencia sobre la biotecnología al servicio de la industria agroalimentaria. Por otro lado, el director de División Alimentaria de Sinergia Auditores, Sergio J. González, trató sobre qué es lo que se le demanda a la industria agroalimentaria.

El responsable del Área de Comercio Exterior de la Cámara de Córdoba, Rafael Reyes, versó sobre las claves de los principales mercados y el comercio internacional de las empresas agroalimentarias. Para finalizar, Mauricio Escorcia y Beatriz Navarro, de Sol de Munda, explicaron las ventas internacionales de su empresa de productos gourmet.

21 alumnos se van a Alemania de la mano de la Cámara

Gracias al programa "Aprende Alemán trabajando, Formación Profesional Dual" están combinando prácticas en empresas con formación profesional. Las ciudades donde se está desarrollando el programa son Nuremberg, Rothenburg y Greding

Los 21 alumnos seleccionados en el marco del programa "Aprende Alemán trabajando, Formación Profesional Dual" se marcharon el pasado 8 de julio con un contrato laboral a Alemania para acceder al mercado laboral germano combinando prácticas en empresas con formación profesional.

Con 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, se han ofertado 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).

La Formación Profesional Dual es un sistema que permite al aprendiz compaginar los estudios con una formación práctica para que posteriormente ese alumno pueda quedarse trabajando en la empresa después de pasar su período de formación.

27 años de media

La media de edad de los participantes es de 27 años. El 66 por ciento tienen formación universitaria y el 50 por ciento son mujeres. Las ciudades donde se está desarrollando el programa son Nuremberg, Rothenburg y Greding.

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

Este proyecto incluye cursos de idiomas, un amplio asesoramiento y asistencia, 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 (entre ocho y doce horas de clase a la semana en una escuela de formación profesional) 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. Dependiendo de la profesión, esta formación profesional dual tendrá una duración de tres años. El salario que están cobrando los alumnos es de 825 euros, de los cuales la mayor parte la abona la Agencia Federal de Empleo Alemana y la otra parte la empresa que los contrata desde el primer día para hacer las prácticas y la formación.

Fases

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

Los empresarios cordobeses se muestran más confiados y optimistas ante la situación económica

El Índice de Confianza Empresarial Armonizado (ICEA) sigue mejorando en Andalucía en el tercer trimestre del año, registrándose un aumento de 7,6 puntos respecto al segundo trimestre

La confianza de los empresarios andaluces en la situación económica actual y su evolución a corto plazo continúa en aumento, como demuestra la mejora de 7,6 puntos registrada en el Índice de Confianza Empresarial Armonizado en el tercer trimestre del año con respecto al trimestre anterior. Todas las provincias andaluzas registran una mejora de la confianza entre el segundo y el tercer trimestre de 2013, excepto Jaén. La mejora se aprecia especialmente en la provincia de Córdoba, con una ganancia de más de 12 puntos con respecto al segundo trimestre del año.

Estos datos se presentaron en el transcurso de un acto celebrado el pasado 9 de julio en la sede de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba y al que acudieron el secretario general de Economía de la Junta de Andalucía, Gaspar Llanes, el presidente de la Cámara de Comercio de Córdoba, Ignacio Fernández de Mesa, el delegado de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo en Córdoba, José Ignacio Expósito, el secretario general del Consejo Andaluz de Cámaras, Antonio Mª Fernández, y el director del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA), Ignacio Pozuelo.

Tanto el balance de situación como el balance de expectativas mejoran en este trimestre, siendo el balance de situación el que registra un mayor ascenso, al pasar de -47,6 a -34,1 puntos en el trimestre actual en el caso de Andalucía y en el caso de Córdoba, este pasa de -59,32 a -32,4 puntos, una mejora mayor que la recogida en la comunidad. A partir de los datos recogidos, se observa que el 16,5% de los establecimientos cordobeses opinan que la marcha de su negocio en el segundo trimestre ha sido favorable, mientras el 48,9% la valora como desfavorable, obteniéndose un balance de situación (diferencia entre las opiniones favorables y desfavorables) del mencionado -32,4 puntos. Este dato mejora las expectativas que para dicho trimestre declararon los empresarios en la encuesta del trimestre anterior (-43,22 puntos).

En cuanto a las expectativas, el 14,6% de los establecimientos en Andalucía son optimistas sobre la marcha de su negocio en el tercer trimestre de 2013, mientras que el 43,6% son pesimistas. El balance de expectativas (diferencia entre las opiniones favorables y desfavorables) es de -29,0 puntos, superior en 9,0 puntos al registrado el trimestre anterior. En la provincia, en cuanto a expectativas el 13,5% de los establecimientos cordobeses son optimistas sobre la marcha de su negocio en este periodo, mientras que el 48,9% son pesimistas. El balance es de -35,4 puntos, superior en 8 puntos al registrado el trimestre anterior.

La confianza de los gestores de los establecimientos ha aumentado en todos los sectores, registrando todos los índices de confianza empresarial sectorial valores superiores a los del trimestre anterior. El sector de transportes y hostelería es el que refleja el mayor aumento de la confianza empresarial en el tercer trimestre de 2013. El Índice de Confianza Empresarial armonizado en este sector alcanzó los 121,3 puntos, lo que supone un incremento de 15,9 puntos respecto al registrado el último trimestre.

Por tramos de empleo, se observa un aumento generalizado de la confianza de los gestores de establecimientos, registrando los índices de confianza empresarial valores superiores a los del trimestre anterior. El tramo de 50 a 199 empleos es el que experimenta el mayor aumento de la confianza empresarial en el tercer trimestre de 2013, con un incremento de 11,0 puntos respecto al segundo trimestre.

Finalmente, en este trimestre se han preguntado además por las expectativas respecto a las exportaciones, que para el semestre que ha finalizado han superado las que los empresarios andaluces tenían al comienzo pues se ha pasado de 15,6% de empresas que preveían exportar a que lo hagan 21,1%, mientras que las expectativas para el semestre que entra se sitúan en el 21,3%.

Los Indicadores de Confianza Empresarial de Andalucía tienen por objeto conocer la situación económica actual de Andalucía y su evolución a corto plazo, a través de la percepción que tienen los autónomos y responsables de establecimientos. La encuesta se elabora sobre una muestra representativa de establecimientos estratificados por provincia, sector y tamaño, lo que permite, en función de la tasa de respuesta, obtener indicadores de confianza empresarial para estas desagregaciones. El Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía publica este Índice, en colaboración con el Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación y el Instituto Nacional de Estadística

Celebra con nosotros tu comida de Navidad

RESERVAS

693 709 525
srsgrupo@gmail.com

NUEVA APERTURA

Taberna LA FÁBRICA •1903•
Plaza Flor del Olivo, 3
957 782 238

El Mirador del Río GASTROBAR
Balcón del Guadalquivir, s/n
957 751 249

La Carbonería Taberna
C/ Alonso El Sabio, 46
957 788 279

TABERNA LA SANLUQUEÑA
Plaza Flor del Olivo, 2
857 800 845

el rincón de La Carbonería Taberna
Plaza de la Oca, s/n
693 709 525

Convenio entre la Cámara, Fundación Incyde y Diputación para formar a empresarios y emprendedores

Se desarrollarán tres cursos, de 267 horas cada uno, en Fuente Palmera, Hinojosa del Duque y Lucena

La Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba, la Diputación, a través del Consorcio Provincial de Desarrollo Económico, y la Fundación Incyde firmaron el pasado 9 de julio en el Palacio de la Merced un convenio de colaboración para consolidar el tejido empresarial de distintos puntos de la provincia y se materializará con el desarrollo de tres cursos, de 267 horas cada uno, en Fuente Palmera, Hinojosa del Duque y Lucena.

El presidente de la Cámara de Comercio de Córdoba, Ignacio Fernández de Mesa, señaló que se realizarán tutorías individualizadas de forma paralela a lo largo del desarrollo del programa y que estarán dirigidas por un consultor. Además, recordó que "ya son 45 acciones que la Cámara de Comercio ha destinado a este tipo de programas de formación".

El presidente del Consorcio, Salvador Fuentes, precisó que "el fin principal de este convenio es incidir en la economía cordobesa y no lo podemos hacer sin apostar por los emprendedores y contar con los empresarios". Por su parte, el director de la Fundación Incyde, Javier Collado, manifestó su satisfacción por este acuerdo "que posibilitará que un centenar de participantes puedan crear o consolidar su empresa, minimizando así el desempleo que tan acuciante es entre los jóvenes y las mujeres".

En concreto, se desarrollarán tres programas formativos: uno de creación y consolidación de empresas del sector textil en Fuente Palmera, otro dirigido al sector ganadero en Hinojosa del Duque y el último dirigido a mujeres de Lucena. Los tres cursos se dirigirán a emprendedores que cuenten con una idea de negocio o quieran crear su propia empresa, así como a pequeñas y medianas empresas que persigan mejorar la rentabilidad o evaluar otras alternativas de expansión.

Los programas se estructuran en dos áreas, formación genérica y tutorías complementarias. De esta manera, se compagina la formación sobre herramientas generales de gestión de las distintas áreas funcionales de las empresas (marketing comercial, innovación, finanzas, fiscal, jurídico, gestión de redes sociales e Internet…).

Celebrada la "I Noche Abierta"de Baena los días 26 y 27 de septiembre

La "I Noche Abierta" de Baena organizada por el Centro Comercial Abierto de Baena y la asociación de comerciantes ACOBA junto con el ayuntamiento de la localidad y cofinanciada por la Cámara de Comercio de Córdoba a través del "Plan Integral de Apoyo al Comercio Minorista" en su línea de dinamización de Centros Comerciales Abiertos cofinanciada por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional y la Secretaría de Comercio del Gobierno de España, tuvo lugar las noches de los días 26 y 27 de septiembre.

En esta primera edición de la "Noche Abierta" de Baena, los comercios y establecimientos de hostelería de la amplia zona comercial de la localidad en la que se celebró esta campaña ofreció ofertas especiales en dichas noches con objeto de atraer visitantes no sólo de la localidad sino del resto de la provincia - especialmente de la Subbetica -. Incluso los locales comerciales cerrados participan con iluminación y exposición en sus escaparates de 100 fotografías de dos artistas de la localidad.

Todo ello se amenizó con diversas actividades y actuaciones escalonadas a lo largo de la localidad pero con puntos de referencia fija que un tren "ad hoc" unido durante la celebración.

Como actividades adicionales se realizaron:

- La 1ª noche batucada y la 2ª la banda de música "La Unión"
- Dos desfiles de ropa infantil por noche.
- Un desfile de ropa de mujer y hombre por noche.
- Tres exhibiciones de baile a cargo de academias de niños y grupos de mayores, todo por noche
- Exhibiciones de skateboards.
- Coro de Apromuba.
- Grupo de teatro y grupo de música juntamente con un saxofonista - monologuista.
- Dos castillos hinchables con globoflexia.
- Coro rociero Mar de Ilusiones.

De izqda. a dcha., Carmen Gago (Secretaria General de la Cámara), Jesús Rojano (Alcalde de Baena), María de los Santos Córdoba (Delegada Territorial de Fomento y Vivienda, Turismo y Comercio en Córdoba) y Asunción Trujillo (Presidenta de la Asocación de Comerciantes de Baena, ACOBA).

Zoco de las Tres Culturas

El pasado día 19 de septiembre se inauguró el Zoco de las Tres Culturas de Montoro organizado por el Centro Comercial Abierto de Montoro y la asociación de comerciantes Épora (ACOEP) junto con el ayuntamiento de la localidad el cual cofinanciada parcialmente la Cámara de Comercio de Córdoba a través del "Plan Integral de Apoyo al Comercio Minorista" en su línea de dinamización de Centros Comerciales Abiertos cofinanciada por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional y la Secretaría de Comercio del Gobierno de España.

El zoco de las tres culturas, de ámbito provincial, recogió los días 19 al 22 de septiembre todas aquellas actividades, manufacturas y comercios que pueden ofertar productos y/o servicios para todos los habitantes de la provincia de Córdoba y zonas limítrofes como Jaén.

Este proyecto estuvo diseñado de una manera totalmente innovadora con la idea de organizar un pequeño "Parque Temático" de las tres culturas donde se recreó la vida del último milenio y a través de la cual comerciantes y participantes se vistieron de los distintos siglos mencionados (desde el XXI al X dC) con objeto de dinamizar la actividad comercial de la zona.

Un recorrido desde la Plaza de Toros de Montoro que marcó el siglo XXI pasando por las calles Cervantes, el Santo, Corredera y la Plaza Charco hacia la Plaza de España, donde se ubicaron los siglos X-XI-XII, un mercado artesanal que mostró productos y servicios de manufactura, divididos por ámbitos (árabe, judio y Cristiano).

Mas de 50 carpas y espacios para que los comerciantes, principalmente de la ciudad y completado por comerciantes de la mancomunidad y de la provincia, pudieron exponer y vender servicios y productos.

Actividades Comerciales

Varias fueron las actividades que en el ámbito comercial se organizaron durante esos días:

• Pasarela Montoro 2013. Muestra de la moda, complementos, zapaterías,... que suministraron los comercios montoreños.

• Pasarela Infantil Montoro 2013. Muestra infantil.

Se realizaron diversas actuaciones, conciertos y ballet, ambientados y preparados en base a la temática de estas actividades así como conferencias y presentaciones de libros relacionados con las tres culturas en Córdoba. Todo ello se animará con pasacalles, desfiles de moros, cristianos y judíos así como de caballistas de la guerra de la independencia y un trovador

A su vez hubo una ruta gastronómica a lo largo del municipio y con los bares y restaurantes del mismo con tapas referenciadas a la época medieval y con orientación sobre las tres culturas que durante la misma se encontraban en nuestra provincia.

Finalmente, se realizaron diversas exposiciones de artesanía, rutas turísticas a pie, en pony, mulo y taxi de las tres culturas así como realización de guías para los profesores de los centros escolares de Montoro relativas a la Tres Culturas en Montoro para desarrollarlas en su trabajo con el alumnado en los colegios.

De izqda. a dcha, Francisco Calero (Presidente de la Asociación de Comerciantes y Centro Comercial Abierto de Montoro); Antonio Sánchez Villaverde (Alcalde de Montoro).

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***