

Cámara

Córdoba

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



Nuevos retos para una Cámara con valores añadidos

La relación
Universidad-Empresa

Artículo de José Manuel Roldán

“La Cámara será
lo que la sociedad
y las empresas
quieran que sea”

Fernández de Mesa

Sumario

3-5

OPINIÓN

Editorial

Firma invitada: José Manuel Roldán

El experto opina: Bartolomé Borrego

6-8

INSTITUCIONAL

Cámara y Bureau Veritas acuerdan desarrollar acciones que mejoren la competitividad de las empresas

La Cámara da a conocer sus servicios en la provincia

Seminario "Cómo asegurar el cobro en las ventas internacionales"

9-11

EUROPA

Los Estados Miembros de la UE firman el Acuerdo Comercial Antifalsificación

Las Cámaras europeas reivindican su papel como dinamizadoras de la economía

12-13

ENTREVISTA

Entrevista al presidente de la Cámara, Ignacio Fernández de Mesa

14-15

FORMACIÓN

Emprendedores y comerciantes se forman en la provincia
La formación de calidad, una necesidad para la empresa actual

16

INTERNACIONALIZACIÓN

Radiografía de la empresa exportadora cordobesa

17

INNOVACIÓN

Abierta la convocatoria del Programa Innocámaras

18

EMPLEO

La importancia de las redes sociales en la empresa

19

LA CÁMARA RESPONDE

Respuestas a consultas de los empresarios

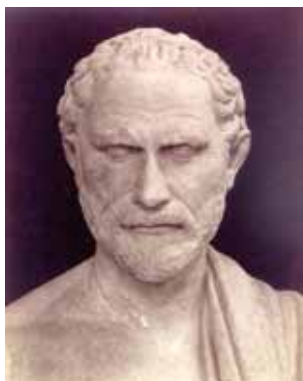
Cámara
Córdoba

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

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

Diseño y Maquetación: Fotograbados Casares S.L.
Imprime: Fotograbados Casares S.L.
Depósito Legal: CO-123-2012
ISSN: 2254-1721

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



“Las oportunidades pequeñas son el principio de las grandes empresas”

Demóstenes
(político y orador ateniense)



Editorial { **Cámara** Córdoba

El lanzamiento del primer número de una revista es siempre un reto. Un reto que afrontamos con ilusión y con ganas de hacer las cosas bien porque es un proyecto conjunto que sale a la luz gracias a todo el equipo humano que formamos la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba, con su Presidente a la cabeza y por empeño muy personal suyo.

Esta publicación es un compromiso serio y firme con nuestras empresas adscritas. Sin ellas este proyecto no tendría sentido, ya que nace como un instrumento más de comunicación intensa y fluida con las pymes y con la sociedad en general. Queremos dar a conocer los servicios camerales y nuestras actividades y ofrecer temas de actualidad que puedan ser de utilidad a los empresarios.

La creación de esta revista coincide con la nueva etapa que está viviendo nuestra Corporación. Nos estamos renovando y adaptándonos a los nuevos tiempos que nos han tocado vivir y ahora, más que nunca, queremos estar cerca de las empresas, apoyándolas y escuchando sus necesidades. Queremos que se nos conozca por lo que somos y lo que hacemos y a través de este medio creemos que podemos llegar más y mejor a las empresas.

El objetivo de esta publicación es informar, formar y, ¿por qué no?, entretener. Queremos ser un vehículo de transmisión del conocimiento que tenemos de la realidad empresarial, ofrecer nuestros servicios para que las empresas se puedan beneficiar de ellos, resolver dudas, dar a conocer nuestros proyectos y, además, entretener con una revista de fácil lectura y temas variados.

Por todo esto, lanzamos esta revista con la seguridad y la confianza de contar con una buena acogida por parte de los lectores y conseguir que sea un referente y un altavoz para que las empresas adscritas puedan expresar también sus opiniones.

La Universidad potencia sus mecanismos de cooperación con el tejido productivo



José Manuel Roldán Nogueras
Rector de la Universidad de Córdoba

Desde hace algunos años la Universidad de Córdoba viene distinguiendo con sus premios Tomás de Aquino a personas, instituciones y empresas que se han destacado por su colaboración en cualquier ámbito con la institución universitaria. Es un reconocimiento que tiene una doble faceta: la de enaltecer una actitud de compromiso con la Universidad y los valores que representa y la de mostrar a la sociedad las ventajas y beneficios del trabajo conjunto a la hora de elevar los niveles de bienestar y desarrollo de los ciudadanos, de incrementar la riqueza de un país y de contribuir al progreso a través del conocimiento.

Durante mucho tiempo se ha reprochado a la Universidad – no sin argumentos- el vivir al margen del tejido económico y de las problemáticas de su entorno. Parecía que su única misión era formar profesionales y transmitir y hacer avanzar el conocimiento según sus propios criterios, prioridades e incluso personalismos. Pero ya desde hace muchos años esto no es así. No solo por la propia dinámica universitaria, sino porque a las funciones tradicionales de la Universidad- docencia e investigación- se le ha añadido la de dinamizar sociocultural y económicamente la socie-

dad, servirle de motor de desarrollo y prestarle servicios avanzados.

De este modo las universidades se han convertido en potentes mecanismos orientados a conocer las necesidades e inquietudes de ese entorno y poder ofrecerle así alternativas y soluciones con los que abordarlas. De hecho los campus cada día asumen más mecanismos y funciones propios de las empresas estimulando a su vez al tejido productivo para que, de modo recíproco, tome parte en las tareas formativas y de generación del conocimiento, hasta formar una trama de intereses y potencialidades comunes.

En esta evolución han jugado y juegan un importante papel las OTRIS. No deja de ser paradójico que un país como España, que se encuentra entre los diez primeros del mundo por su producción científica se halle entre los que figuran en trigésimo lugar a la hora de transferir los resultados de esa actividad. Y ello a pesar de que en los últimos años el ascenso experimentado por nuestro país en este último ranking ha sido más que notable. Algo en lo que, sin duda, ha jugado un papel determinante ese espacio común que han sabido crear poco a poco empresas, instituciones y oficinas universitarias, bien participando en proyectos conjuntos, propiciando encuentros en los que determinar necesidades, definir problemáticas conocer novedades y avances en los distintos sectores, o simplemente informar y asesorar sobre mecanismos administrativos y relaciones internacionales.

En un mundo globalizado, en cambio constante, donde las tecnologías se renuevan y avanzan rápidamente, la capacidad de dar respuesta formativa, de innovar competitivamente, de actuar con flexibilidad y polivalencia solo es posible desde un permanente análisis de la realidad y una gran capacidad para integrar diversos campos dentro de un sólido trabajo en equipo.

Entre las fórmulas más utilizadas para ello



por parte de las Universidades se encuentran las empresas de base tecnológica (EBT) que permiten poner en práctica de manera sencilla e inmediata los resultados de las investigaciones más avanzadas a la espera de desarrollarlas a través de estructuras empresariales de mayor fuste. Y sin duda la creación de parques tecnológicos y centros de investigación vinculados a las Universidades con clara incidencia en la I+D+i. Unas y otros nos hablan a las claras de que éstas han asumido con responsabilidad y dinamismo el encargo de renovar las estructuras económicas de un país como España que busca en la innovación y el conocimiento las bases sobre las que construir el futuro de su desarrollo. Como hablan también a las claras de ello los campus internacionales de excelencia que, como el ceiA3 en el ámbito agroalimentario, agregan recursos materiales y humanos que ponen a disposición de las empresas en sectores tan estratégicos como el que lidera la Universidad cordobesa.

Es hora pues de asumir solidariamente riesgos conjuntos en estos caminos para, también conjuntamente, utilizar el conocimiento como el mejor activo en el que invertir a la hora de generar la riqueza y el empleo que están en la base del progreso y el bienestar social por el que todos debemos esforzarnos.

Las gestiones electrónicas en la empresa se extienden gracias a Internet y a la A.E.A.T.



Bartolomé Borrego Zabala

Vocal responsable de la División de Nuevas Tecnologías
Delegación Especial de la A.E.A.T. en Andalucía, Ceuta y Melilla
www.procedimientostelematicos.com

En la actualidad nadie cuestiona el hecho de que Internet ha cambiado nuestras vidas habiéndose convertido en una herramienta fundamental de trabajo, aunque también de ocio y diversión. Basta con mirar a nuestro alrededor y observar cómo se utiliza Internet en aspectos cotidianos de nuestra vida como: mirar la evolución de la bolsa, consultar la cartelera de cine, comprar productos a precios más asequibles, buscar información de cualquier tipo, o, simplemente enviar mensajes de felicitación a través de aplicaciones de mensajería como el *WhatsApp*.

A nivel empresarial, podemos afirmar que se utiliza Internet incluso más intensamente que a nivel particular. Realizamos transacciones bancarias sin tener que perder tiempo haciendo colas en las oficinas bancarias, utilizamos el correo electrónico con una facilidad pasmosa, incluso para enviar nuestras facturas comerciales a nuestros clientes (algo que no es del todo correcto de acuerdo con la normativa tributaria), almacenamos nuestros datos en servidores alojados en la nube, lo que nos permite acceder a ésta desde cualquier dispositivo, fijo o móvil. En este mismo ámbito empresarial algunos sectores económicos han experimentado estos últimos años un desarrollo extraordinario al canalizar sus ventas a través de Internet y, asimismo, utilizar este medio para mejorar la imagen corporativa y lograr un mayor acercamiento con los clientes.

Al hilo de esta última consideración debemos hacer una especial mención a dos figuras esenciales para el mundo de la empresa que son, además, muy conocidas por todos. Me refiero a los blogs y a las redes sociales, con los que experimentamos una sinergia difícil de conseguir fuera de Internet, al tiempo que se produce un *feedback* que permite retroalimentar nuestros planes productivos y de desarrollo, así como nuestras campañas publicitarias y de expansión, permitiendo, si las circunstancias lo aconsejan, dar un giro de 180° a nues-

tras decisiones empresariales.

Sin embargo, hay una entidad que merece una especial mención por el hecho de haber contribuido decisivamente al desarrollo de la Sociedad de la Información y a habernos hecho trabajar de una forma más eficaz y productiva: La Agencia Estatal de Administración Tributaria. Esta Administración dio sus primeros pasos en Internet allá por el año 1996, antes incluso de la elaboración del primer Plan de Impulso de la Administración Electrónica, que presentó un horizonte de 2001 a 2003 (Plan de Acción Info XXI), constituyéndose en la primera Administración Pública que, además de tener presencia en Internet, permitió realizar por aquel entonces algunas transacciones telemáticas bajo una primitiva Oficina Virtual, basada en la primera arquitectura *web* de la A.E.A.T.

No obstante, no todo ha sido un camino de rosas. Si hoy podemos sentirnos orgullosos del nivel de utilización de los medios electrónicos que ostentan las empresas españolas a la hora de realizar trámites administrativos, ha sido por la ingente cantidad de normas que nuestros legisladores han ido aprobando a lo largo de todos estos años, unas normas que, en un principio presentaban un carácter voluntario, pero que, poco a poco, fueron derivando hacia la obligatoriedad como forma de relacionarse a los contribuyentes con ésta.

La puesta en práctica de la referida obligatoriedad a la hora de realizar trámites electrónicos tributarios se fue introduciendo en el quehacer diario de nuestras empresas casi sin darnos cuenta. Primero fueron las grandes empresas, luego las declaraciones informativas y el Impuesto de Matriculación, más tarde el pago telemático de impuestos, y más recientemente, la obligatoriedad impuesta desde primeros de 2011 por el Real Decreto 1363/2010, de 29 de octubre, de recibir notificaciones administrativas en una dirección electrónica habilitada a un amplio colectivo de

obligados (fundamentalmente sociedades anónimas y de responsabilidad limitada).

Llegado por tanto al momento actual, si hiciéramos balance de nuestras gestiones administrativas y tributarias durante todo este tiempo, Administración y administrados habríamos de reconocer que hemos ahorrado en tiempo y dinero, y hemos ganado en eficacia, productividad, inmediatez, seguridad, imagen,... Hemos pasado de los procedimientos tradicionales, (en algunos casos incluso artesanales), a los telemáticos y electrónicos, unos por convencimiento propio, otros, simplemente por probar, y algunos, porque las fuerzas del mercado les han obligado a ello.

Por todo lo anteriormente expuesto, nuestro mi firme convencimiento de que Internet nos ha abierto todo un mundo lleno de posibilidades en el ámbito empresarial, pero ha sido la Agencia Tributaria, la que nos ha dado el empujón definitivo para dar el salto del papel al medio electrónico y sin grandes traumas, eso sí, algunos un poco a regañadientes, pero que hoy también agradecen el haberles introducido en este maravilloso mundo. ¿Acaso alguien quiere dar un paso atrás y volver a la máquina de escribir, al correr del tiempo en pequeñas gestiones, a las colas y al papel...?

La Cámara patrocina el Informe de Tributos Locales en la provincia de Córdoba 2011



INFORME TRIBUTOS LOCALES

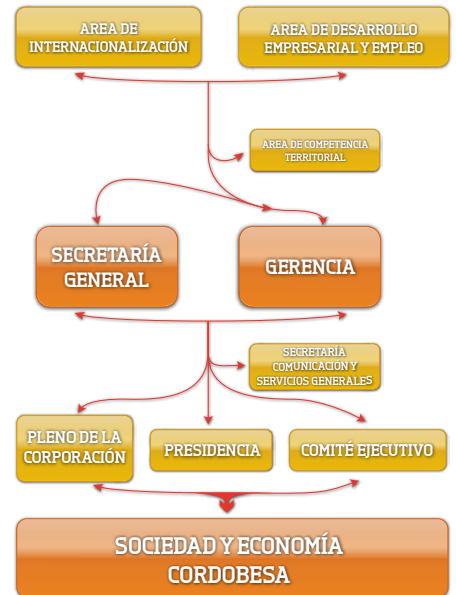
El acto de presentación corrió a cargo del secretario general de CECO, Antonio Díaz, y el gerente de la Cámara, Francisco Javier Castillo.

El pasado 13 de febrero se presentó el Informe de Tributos Locales en la provincia de Córdoba 2011, elaborado por la Confederación de Empresarios de Córdoba (CECO) con la financiación de la Cámara de Comercio de Córdoba a través del Programa Antenas y la colaboración del profesor del Área de Economía Aplicada de la UCO, Fernando Lara.

El objetivo de esta séptima edición, al igual que en años anteriores, es ofrecer a los empresarios una herramienta que

les aporte una visión comparada de la fiscalidad de los municipios de la provincia con población superior a 7.500 habitantes (Aguilar de la Frontera, Almodóvar del Río, Baena, Bujalance, Cabra, Castro del Río, Fernán Núñez, Fuente Palmera, Hinojosa del Duque, La Carlota, La Rambla, Lucena, Montilla, Montoro, Palma del Río, Peñarroya, Posadas, Pozoblanco, Priego, Puente Genil, Rute y Villanueva de Córdoba) y de las ocho capitales andaluzas.

Organigrama Funcional de la Cámara de Comercio e Industria de Córdoba



Cámara y Bureau Veritas acuerdan desarrollar acciones que mejoren la competitividad de las empresas

LA ADDENDA SE FIRMA ORIENTADA A BENEFICIAR A LAS EMPRESAS ADSCRITAS A LA CÁMARA PARA LA OBTENCIÓN DE LAS CERTIFICACIONES EN BASE A DISTINTAS NORMAS COMO CALIDAD O MEDIO AMBIENTE, ENTRE OTRAS



09 FEBRERO CONVENIO CÁMARA CON BUREAU VERITAS

La Cámara de Comercio de Córdoba y el Grupo Bureau Veritas firmaron el pasado 9 de febrero una addenda al convenio de colaboración suscrito en julio de 2011 por ambas instituciones para la ejecución y desarrollo de acciones que mejoren la competitividad de las empresas.

El acuerdo fue firmado por el presidente de la Cámara de Comercio, Ignacio Fernández de Mesa, y el director regional de Bureau Veritas en Andalucía, Francisco Martín-Santamaría.

La addenda se firma orientada a beneficiar a las empresas adscritas a la Cámara para la obtención de las certificaciones en base a distintas normas como calidad o medio ambiente, entre otras.

La Cámara da a conocer sus servicios en la provincia

CONFERENCIA FUENTE PALMERA



„A TRAVÉS DE SUS ANTENAS LOCALES EN PALMA DEL RÍO, PRIEGO DE CÓRDOBA E HINOJOSA DEL DUQUE, ORGANIZÓ LA JORNADA GRATUITA “SITUACIÓN ECONÓMICA Y MEDIDAS CONTRA LA CRISIS”



CONFERENCIA EN CABRA



CONFERENCIA EN ESPIEL

En su afán por seguir abriéndose a la provincia y darse a conocer, la Cámara de Comercio de Córdoba, a través de sus antenas locales en Palma del Río, Priego de Córdoba e Hinojosa del Duque, organizó la jornada gratuita “Situación económica y medidas contra la crisis” en tres municipios cordobeses. Este encuentro se celebró en Fuente Palmera el pasado 13 de diciembre, en Cabra el 23 de enero y en Espiel el 31 de enero.

En esta jornada, se expuso, entre otros aspectos, el modelo económico de la pyme y las herramientas y medidas generales frente a

la crisis de la mano del gerente de la Cámara, Francisco Javier Castillo.

Además, técnicos de la Cámara presentaron a los empresarios asistentes las líneas de apoyo de la Corporación para afrontar la crisis. Luis Díaz, Juan Miguel Marín y Rafael Reyes, junto con los responsables de las antenas, Eva Hidalgo, Iván Aguilera y José Luis Muñoz, dieron a conocer en los tres municipios los servicios y programas que presta la entidad cameral en materia de innovación, formación, desarrollo empresarial y comercio exterior.

FIRMA DEL CONVENIO ENTRE LA CÁMARA Y LA CAIXA



Cámara y La Caixa firman un convenio para el desarrollo de jornadas formativas

La Cámara de Comercio de Córdoba y CaixaBank S.A. (La Caixa) firmaron el pasado 7 de febrero un convenio específico de colaboración para la realización de una serie de jornadas y seminarios dirigidos a pymes y autónomos.

El acuerdo fue suscrito por el presidente de la Cámara de Comercio, Ignacio Fernández de Mesa, y el delegado de Área de Negocio de La Caixa en Córdoba, Miguel Serrano. Fernández de Mesa destacó que “estas

iniciativas forman parte de los fines de la Cámara, que como conocedora de la realidad empresarial, da a conocer y forma a las empresas en temas actuales que les pueden ayudar en el buen funcionamiento de sus negocios”.

Ambas partes se comprometieron a celebrar cinco jornadas técnicas, acordando establecer una Comisión Mixta de seguimiento que establecerá los distintos temas de actualidad que se tratarán en dichos encuentros.



La Cámara aprueba el proyecto “Escuelas de Empleo Hermex”

El Pleno de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba, reunido el 24 de febrero, aprobó por unanimidad el proyecto “Escuelas de Empleo Hermex”, por el que ocho participantes, a los que se les forma en la Cámara durante tres meses en comercio exterior, trabajarán durante nueve meses en empresas cordobesas que se han acogido a este programa.

El programa Hermex es una iniciativa de la Cámara de Comercio de Córdoba, en la que participa la Consejería de Empleo de la Junta de Andalucía y está financiado por El Servicio Andaluz de Empleo y los Fondos Sociales Europeos. Este proyecto facilita la inserción de técnicos dándole formación específica en comercio exterior, y a su vez es una herramienta de apoyo tanto a las empresas que se encuentran en las primeras fases del proceso de internacionalización como las empresas que ya exportan pero como consecuencia de la crisis y la caída del mercado interior quieren incrementar su exportación para subsistir incorporando técnicos altamente cualificados.

Convenios

Por otro lado, el Pleno también ratificó varios convenios de colaboración con empresas como DKV Seguros, Bureau Veritas y la empresa de mensajería ASM para que las empresas adscritas a la entidad cameral disfruten de condiciones preferentes.

EN EL MARCO DEL PROGRAMA ANTENAS DEL CONSEJO SUPERIOR DE CÁMARAS



RENOVACIÓN ANTENA PRIEGO

La Cámara y el Ayuntamiento de Priego renuevan su convenio de colaboración

La Cámara de Comercio y el Ayuntamiento de Priego de Córdoba renovaron el pasado 15 de febrero el convenio de colaboración que existe entre ambas instituciones desde el 2004.

Gracias a este acuerdo, que existe al amparo del Programa Antenas, se está desarrollando una importante labor desde la antena local de este municipio prestando servicios de proximidad para

la pequeña y mediana empresa.

La renovación del convenio fue suscrita entre el presidente de la Cámara de Comercio, Ignacio Fernández de Mesa, y la alcaldesa de Priego, M^a Luisa Ceballos. Ambos destacaron el intenso trabajo que está desarrollando la Antena local en la Subbética y la implicación de la misma en las actividades empresariales de Priego.

La Cámara enseña a las pymes a realizar **ventas internacionales** seguras



PONENTE JULIO ANTONIO CALZADA

La Cámara de Comercio de Córdoba y La Caixa celebraron el pasado 22 de febrero el seminario gratuito “Cómo asegurar el cobro en las ventas internacionales”,

que es la primera jornada técnica de las de la ponencia fue Julio Antonio Calzada, técnico de Comercio Exterior de La Caixa, Miembro ICC-París: International Banking Practice Commission (Grupo Experto en Reglamentaciones Internacionales) y Componente del Grupo español de expertos en Medios de Pago y Reglas Internacionales en el Comité Español de la CCI (Cámara de Comercio Internacional).

En la jornada, a la que asistieron más de un centenar de trabajadores y empresarios de empresas exportadoras o que tienen interés en iniciar acciones en comercio exterior, Calzada trató los medios de pago y cobro en comercio exterior. Abordó las herramientas que permiten a las empresas realizar los cobros en ventas internacionales de la manera más segura y dio a conocer los avales y garantías internacionales que ofrece La Caixa a las empresas en sus operaciones.

Los Estados Miembros de la UE firman el Acuerdo Comercial Antifalsificación (ACTA)

Los Estados Miembros de la UE firmaron el pasado 26 de enero, en el Ministerio de Asuntos Exteriores de Japón, el "Anti Counterfeiting Trade Agreement" (ACTA). El ACTA es un tratado plurilateral, de carácter voluntario, cuyo principal objetivo es dar una respuesta armonizada a nivel

te de todos los sectores presentes en cualquier país de Europa. Las empresas están preocupadas sobre la usurpación de los derechos de propiedad industrial e intelectual que se traduce en una disminución de su capacidad para competir y para crear empleo".



internacional a las infracciones de los derechos de Propiedad Industrial (marcas, diseños y patentes) e Intelectual (copyrights).

Esta firma ha sido acogida con satisfacción por más de 40 asociaciones, representantes de la industria y del comercio, nacionales y comunitarias, entre las que se encuentran EuroCámaras y la Asociación Nacional para la Defensa de la Marca (ANDEMA), entidad adscrita al Consejo Superior de Cámaras de Comercio.

El director general de ANDEMA, José Antonio Moreno, subrayó la importancia del ACTA "en cuanto significa una armonización a nivel internacional de las medidas para la lucha contra las falsificaciones equiparándolas con los estándares europeos de enforcement dando seguridad jurídica sobre las reglas del juego en el respeto a los derechos de marcas, diseños y patentes en el exterior".

En esta línea, Marie Patullo, representante de la Asociación de Industrias de Marca, afirmó que "estas organizaciones empresariales representan a empresas de todos los tamaños y prácticamen-

A través de este acuerdo, se establecen nuevos estándares para la defensa de los derechos de propiedad intelectual así como para combatir, de manera eficiente, el crecimiento del comercio de productos piratas y falsificados. Esta actividad delictiva supone una de las mayores fuentes de ingresos del crimen internacional.

El ACTA se basa en tres áreas, incrementar la cooperación internacional, establecer mejores prácticas para su seguimiento y proporcionar un marco legal más efectivo para combatir la piratería y falsificación.

España se encuentra entre los 22 Estados miembros de la Unión Europea que el pasado enero firmaron el Acuerdo. Además de España, firmaron Austria, Bélgica, Bulgaria, República Checa, Dinamarca, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Polonia, Portugal, Rumania, Eslovenia, Suecia y el Reino Unido.

Estos países se unen a Australia, Canadá, Corea, Marruecos, Nueva Zelanda, Singapur y EE.UU. que firmaron el Acuerdo a finales de 2011.



...SE ESTABLECEN
NUEVOS
ESTÁNDARES
PARA LA
DEFENSA DE
LOS DERECHOS
DE PROPIEDAD
INTELLECTUAL
ASÍ COMO PARA
COMBATIR,
DE MANERA
EFICIENTE, EL
CRECIMIENTO
DEL COMERCIO
DE PRODUCTOS
PIRATAS Y
FALSIFICADOS.
ESTA ACTIVIDAD
DELICTIVA
SUPONE UNA DE
LAS MAYORES
FUENTES DE
INGRESOS
DEL CRIMEN
INTERNACIONAL



Las Cámaras reivindican su papel como dinamizadoras de la economía en el actual entorno de crisis

Las Cámaras de Comercio europeas de derecho público reivindican su papel como dinamizadoras de la economía y de las empresas, en un entorno de crisis económica, en el que, según los últimos datos de Eurostat, sólo en 2009 se cerraron más de 2.500.000 empresas.

Así, las Cámaras de - Alemania, Francia, Italia, España, Austria, Países Bajos, Luxemburgo, Grecia, Croacia, Montenegro, Serbia, Bosnia-Herzegovina, junto a Turquía- han firmado una declaración conjunta, en la que defienden su carácter como corporaciones de derecho público, que cumplen funciones públicas, y representan a todas las empresas, propor-

cionándoles servicios, independientemente de cuál sea su tamaño y sus recursos financieros, en el contexto actual, que es cuando más lo necesitan.

Los objetivos actuales de las Cámaras de Comercio, según recoge el texto de la Declaración, son lograr unas empresas fuertes y competitivas en un entorno económico competitivo e innovador, basado en el conocimiento; un marco jurídico atractivo que apoye el espíritu empresarial y la creación de empresas; una economía mundial estable con mercados realmente abiertos; un personal altamente formado y capacitado con empleos de alta calidad en un medio de flexibilidad y seguridad y, por último, el desarrollo económico y sostenible de las regiones.

Todos los servicios que prestan las Cámaras de Comercio se derivan de esos principios, especialmente en áreas como:

Formación

Más de 2.200.000 alumnos pasan por las

aulas de las Cámaras de Comercio europeas. En muchos países, las Cámaras son los principales proveedores de formación profesional, a distancia y continua. De esta manera, ayudan a las personas a entrar en el mercado laboral, reducir el desempleo y ofrecer a las empresas los trabajadores más cualificados, como instituciones de referencia.

Internacionalización

En torno a 700.000 pymes reciben, anualmente, asistencia por parte de las Cámaras en su salida a mercados exteriores. Promueven la exportación y ofrecen una amplia gama de servicios de internacionalización. Están representadas en todo el mundo a través de 472 oficinas comerciales.

Espíritu empresarial

Cada año, las Cámaras europeas asesoran a más de 1.000.000 emprendedores. Fomentan el espíritu empresarial y luchan por una menor regulación a la hora de crear un negocio.

Evaluación de proyectos de ley

Como representantes de 17,3 millones de empresas, las Cámaras se han convertido en asesores e interlocutores autorizados y valorados por los gobiernos y las administraciones en asuntos económicos y empresariales, especialmente a la hora de legislar aquellas cuestiones que afectan a las empresas.

Desarrollo económico regional y local

Las Cámaras participan activamente en iniciativas locales y regionales, con el objetivo de contribuir al desarrollo regional y territorial, la prosperidad económica y la competitividad de las empresas y de los territorios.

A TRAVÉS E LAS CÁMARAS DE DERECHO PÚBLICO, TODAS LAS EMPRESAS TIENEN LA POSIBILIDAD DE TRASLADAR AL PROCESO DE DECISIÓN POLÍTICA SUS NECESIDADES, LO QUE PERMITE REALIZAR UN BALANCE DE INTERESES DE LOS DIFERENTES SECTORES ECONÓMICOS Y DEFENDER LOS INTERESES DE LA ECONOMÍA EN SU CONJUNTO

La voz de las empresas ante las Administraciones

A través de las Cámaras de Derecho público, todas las empresas tienen la posibilidad de trasladar al proceso de decisión política sus necesidades, lo que permite realizar un balance de intereses de los diferentes sectores económicos y defender los intereses de la economía en su conjunto. Esto evita la polarización, además, la inclusión de todas las empresas en términos de igualdad, garantiza la neutralidad y la objetividad.

Su amplia base, la proximidad a las empresas y sus conocimientos especializados, permiten a las Cámaras proporcionar servicios eficientes, más baratos y adaptados a las necesidades reales de las empresas, en colaboración con las Administraciones públicas.

Para las Cámaras públicas europeas, la adscripción obligatoria universal garantiza la libertad, crea legitimidad y dirige a las Cámaras hacia un autogobierno eficaz y eficiente. Como representantes del conjunto de la economía, se centran en objetivos a medio y largo plazo, en lugar de defender intereses particulares y a corto plazo. Por tanto, contribuyen a políticas socioeconómicas coherentes, así como a un marco jurídico estable y seguro para las empresas.

Qué son las Cámaras de Comercio

- » Están compuestas por todas las empresas, de acuerdo con las leyes nacionales

respectivas, representando intereses generales de las empresas y, en la mayoría de los casos, se gobiernan por representantes de las empresas, elegidos democráticamente.

- » Cumplen funciones públicas y trabajan por el desarrollo de las regiones, entre otras, las relacionadas con la formación profesional, la educación, la internacionalización y la creación de empresas. Estas funciones públicas, que les han sido conferidas por Ley, se gestionan de manera eficiente y proporcionan servicios para la economía general.
- » Son entidades legales autónomas, sujetas al control de legalidad y gastos por las Administraciones públicas, supervisión que no limita su independencia.
- » El sistema de Cámaras de Derecho público es conforme a la legislación europea. Según la reiterada jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE), la afiliación obligatoria a una organización profesional es legal, ya que garantiza el cumplimiento de los principios éticos y morales, así como el control disciplinario de miembros. De acuerdo con el TJUE, las leyes nacionales que disponen la afiliación obligatoria a una corporación profesional son, por lo tanto, compatibles con la legislación comunitaria vigente.





“La Cámara será lo que la sociedad y las empresas quieran que sea”

Ignacio Fernández de Mesa y Delgado

Presidente de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba

Este mayo hará dos años que asumió el reto de dirigir la Cámara compaginándolo con la presidencia de la Asociación Agraria de Jóvenes Agricultores de Córdoba (Asaja). Además, es empresario agrario desde 1973 y vicepresidente de la Confederación de Empresarios de Córdoba (CECO)

Desde que fue elegido presidente de la Cámara de Comercio de Córdoba en mayo de 2010 han cambiado mucho las circunstancias de estas instituciones, ¿Cómo afronta esta nueva situación?

Desde que se aprobó el Real Decreto-ley en diciembre de 2010, nos estamos esforzando para adaptarnos a la nueva situación que nos ha tocado vivir con la supresión de la obligatoriedad

de las cuotas camerales. El contexto no es fácil, pero estamos trabajando con ilusión y esfuerzo, escuchando a las pymes de los diferentes sectores y conociendo sus necesidades reales para ofrecerles los servicios de calidad que ellas precisen.

La situación la afronto con responsabilidad y positivismo porque de lo que estoy seguro es que Córdoba necesita de la Cámara para su desarrollo económico.

“Hay que conseguir un modelo productivo basado en la competitividad”



¿Cómo es la nueva Cámara que se está gestando?

Estamos implantando un nuevo modelo de gestión empresarial enfocado a las pymes, que son las que más necesitan de nuestro apoyo y los verdaderos motores dinamizadores de la sociedad. Aunque, bien es cierto, que todavía necesitamos saber si se va a modificar la Ley de Cámaras y si vamos a seguir siendo Corporación de Derecho Público.

Estamos consiguiendo una institución cercana, eficaz, con experiencia y valores añadidos. Lo que sí es indiscutible es que como actualmente las empresas que pertenecen a nuestra Corporación lo hacen de forma voluntaria, la Cámara será lo que la sociedad y las empresas quieran que sea. Queremos que se involucren, participen y conozcan cómo funcionamos porque nuestro trabajo está enfocado al tejido empresarial de Córdoba y su provincia.

¿Cuáles son los retos futuros de la institución?

Hay dos retos principales. Por un lado, la viabilidad de la Cámara, y por otro, tener una comunicación fluida con las empresas, es decir, hacer llegar a las empresas la utilidad de esta entidad porque de ellas depende que la

Cámara siga existiendo y siga velando por sus intereses.

¿Cuáles cree que son los principales problemas con los que se encuentran los empresarios cordobeses?

El principal problema es la falta de financiación. La caída de la demanda de productos y servicios y la nece-

sidad de financiación que tienen las empresas hace que muchas no generen los ingresos suficientes para pagar los costes fijos, aumenten sus pérdidas y acaben cerrando sus negocios.

¿Cuáles cree que son las claves para que la economía cordobesa mejore?

Conseguir un modelo productivo basado en la competitividad. Ya he dicho que

las empresas son los motores del cambio y es a ellas a las que hay que apoyar y animar para que sean más competitivas y aumenten su productividad.

La competitividad debería ser el lema para el 2012. Córdoba debe acabar con la economía sumergida y crear más industria.

¿Y cómo apoya la Cámara de Comercio a la pequeña y mediana empresa para ser más competitiva?

La Cámara es un instrumento imprescindible para la internacionalización, la formación y la innovación empresarial. Todos estos conceptos son claves para la competitividad. Si una empresa quiere ser competitiva tiene que abrirse a nuevos mercados internacionales, estar adaptada a las nuevas tecnologías, innovar y que su personal

“La Cámara es un instrumento imprescindible para la internacionalización, la formación y la innovación empresarial”

se forme constantemente. A todo esto ayuda nuestra Corporación con programas específicos y servicios dirigidos a afianzar el tejido productivo cordobés.

Para finalizar y resumiendo, defina la Cámara de Comercio de Córdoba con tres palabras

Renovada, cualificada y necesaria para las empresas

Emprendedores y comerciantes se forman en la provincia



PROGRAMA EMPRENDEDORES

BAJO EL PROGRAMA FORMATIVO "EMPRENDEDORES EN EL COMERCIO 2011", LA CÁMARA DE COMERCIO DE CÓRDOBA HA FORMADO A TRAVÉS DE 30 MÓDULOS A 629 ALUMNOS

El Programa "Emprendedores en el Comercio" es una iniciativa de las Cámaras de Comercio y el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio con la cofinanciación del Fondo Social Europeo. Gracias al convenio de colaboración que firmó la Cámara de Córdoba con el Consejo Superior de Cámaras el pasado julio, se ha podido desarrollar este programa en la provincia durante los tres últimos meses de 2011.

Esta acción, encaminada a procurar la sostenibilidad del pequeño comercio a través de unas acciones formativas compuestas por formación presencial y online, ha ido dirigida a emprendedores y comerciantes en activo de 12 municipios cordobeses.

Esta acción se ha desarrollado en 12 municipios cordobeses

El desarrollo de los 30 módulos formativos, de 30 horas cada uno, se ha realizado con la colaboración de las asociaciones empresariales de los municipios donde se han impartido las clases (Palma del Río, Fuente Palmera, Posadas, Pozoblanco, Hinojosa del Duque, Dos Torres, Peñarroya-Pueblonuevo, Fuenteovejuna, La Carlota, Cabra, Puente Genil y Priego de Córdoba). Se ha formado a un total de 629 alumnos, 433 mujeres y 196 han sido hombres.

Se han ofrecido 6 módulos formativos por cada una de las temáticas siguientes:

- » Gestión de ventas, gestión de compras. Márgenes y precios del producto
- » Calidad de servicio en el comercio minorista. Indicadores y plan de mejora



PROGRAMA EMPRENDEDORES

- » Organización societaria: aspectos fiscales, financieros y la cuenta de explotación
- » Tecnologías de la información y equipamiento comercial
- » Técnicas de venta y política de comunicación. Exposición y publicidad

Estos datos dejan de manifiesto los buenos resultados en materia formativa que tiene la Cámara de Comercio en la provincia.

La formación de calidad, una necesidad para la empresa actual

LA FIRMA
CORDOBESA
ACEITUNAS
TORRENT
PARTICIPÓ
COMO EJEMPLO
DE ÉXITO EN LA
JORNADA "LA
FORMACIÓN
PARA EL
EMPLEO,
CAMINO
AL ÉXITO",
ORGANIZADA
POR EL
CONSEJO
ANDALUZ DE
CÁMARAS EN
SEVILLA

El pasado 26 de enero se celebró en el Centro de Reuniones de EUSA en Sevilla la jornada "La formación para el empleo, tu camino al éxito", organizada por el Consejo Andaluz de Cámaras para dar a conocer la contribución de la FPE (Formación Profesional para el Empleo) al cambio de modelo productivo y a la cultura de la calidad en el empleo.

En el evento expuso su experiencia en relación a la formación en su empresa el famoso presentador de televisión y humorista Manu Sánchez, con su productora audiovisual 16 escalones. También explicaron su política formativa las prestigiosas empresas de El Corte Inglés y Bodegas Robles, haciendo especial hincapié en la formación continua, tanto de directivos como de todo el personal.

Casos de éxito

Por último, se escogieron dos ejemplos significativos de la formación profesional para el empleo que se realiza en las Cámaras de Andalucía. Uno de ellos fue la empresa de comunicación Imaginar Media Marketing por parte de la Cámara de Linares y la otra fue la empresa Aceitunas Torrent por parte de la Cámara de Córdoba. Blanca Torrent expuso su experiencia especialmente en la formación de Comercio Exterior que ha desarrollado en la Cámara de Córdoba. Esta experiencia tiene varias vertientes, ya que ha sido alumna, sus empleados también realizan formación con la Cámara, ha tenido alumnos en prácticas de los cursos, y además ha contratado a varios ex-alumnos. En su ponencia destacó que "Aceitunas Torrent se constituyó

como empresa en 1898 y es la cuarta generación que se dedica a exportar la aceituna de mesa andaluza desde Aguilar de la Frontera a prácticamente todo el mundo (más de 70 países)". Con una media de 60-70 personas en su plantilla, tanto Blanca como su hermano Francisco se propusieron, al coger las riendas del negocio familiar, modernizar la empresa y priorizar la formación de todo su personal, tanto de fábrica como de comercialización y administración, para dar ese servicio añadido y de calidad fundamental al abordar mercados exteriores.

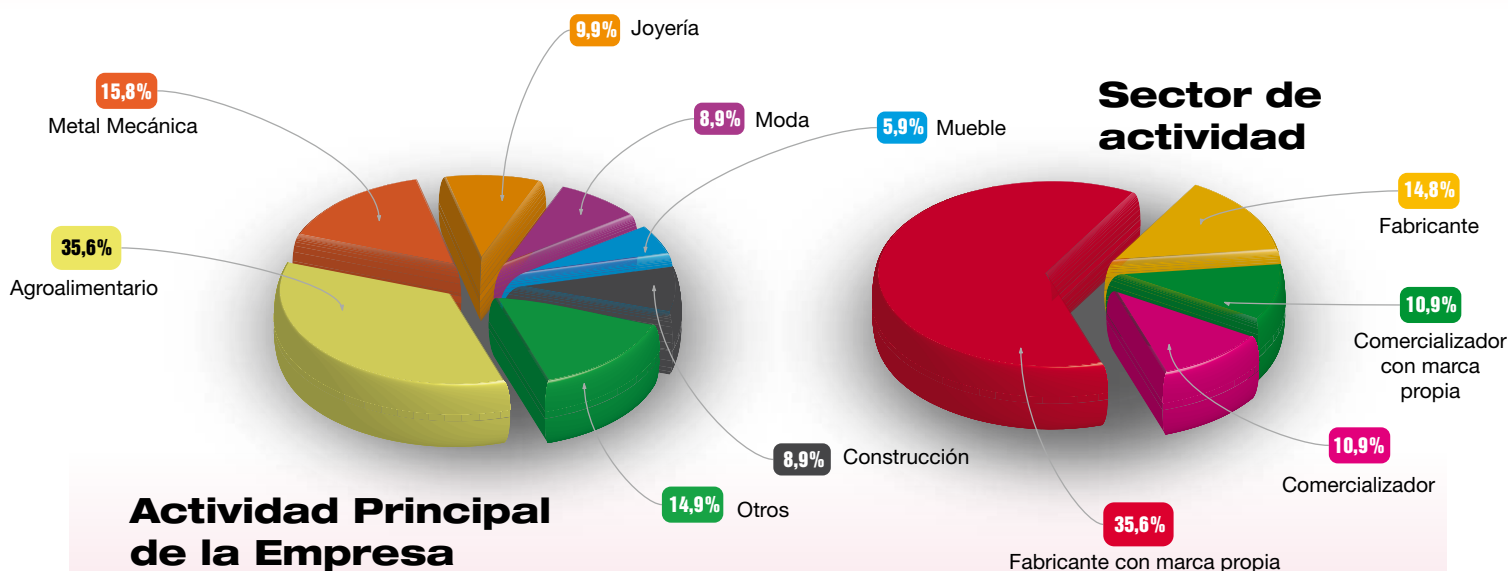
Además, se ha elaborado una guía con los casos más representativos de empresas y trabajadores que hayan mejorado su actividad a través de la Formación Profesional para el Empleo, en la que además de Blanca Torrent aparece David Crespín de la empresa cordobesa Macoval, que gracias al curso realizado puede desarrollar su vida profesional en el ámbito del comercio exterior.

Vídeo de la ponencia de Blanca Torrent en la jornada: <http://www.youtube.com/watch?v=29CoxB0x7SE>



BLANCA TORRENT EN LA JORNADA

Radiografía de la empresa exportadora cordobesa



De la información recabada a raíz de la encuesta a las empresas exportadoras, elaborada por la Cámara de Córdoba con motivo de la preparación de las acciones de promoción internacional 2012, se desprende una radiografía de alguna de las características relevantes en su actividad internacional, que compararemos con los dos sectores más relevantes en la exportación de la provincia, el agroalimentario y el del metal.

Esta encuesta, realizada en el mes de enero y a la que han contestado el 22,5 % del total de exportadores censados en la Cámara, tiene como objetivo principal que la opinión de estas firmas tenga un peso considerable sobre la forma de realizar las acciones promocionales de la Cámara de Córdoba así como en los destinos que finalmente se aborden.

De entre sus respuestas se ha obtenido una radiografía de las empresas exportadoras. En el caso del sector agroalimentario supone en torno al 36 % del total y el metal, un 16 %.

Sobre como venden sus productos, el 63 % son fabricantes con marca propia, el 14,8 % solo fabricantes, un 11% comercializador con marca propia y el 11 % restante solo comercializador. Entre los exportadores del sector agroalimentario, hay un porcentaje superior a la media de empresas con marca propia y en el caso del metal, los porcentajes son ma-

yores en cuanto a número de empresas que fabrican su propio producto.

Facturación

La empresa exportadora cordobesa presentó una facturación media en el pasado año de 16 millones de euros, siendo 2,7 millones por exportaciones. En el caso de la media para agroalimentario, estos valores se elevan hasta los 28 millones de euros de facturación y 3,3 por ventas exteriores. Hay que tener en cuenta que los resultados de agroalimentario son los que más variabilidad presentan, o lo que es lo mismo, los que tienen empresas con facturaciones más dispares. En el metal el promedio es de 7,3 millones de euros facturados y 1,6 correspondientes a ventas internacionales.

En lo relativo a la dimensión de la fuerza de trabajo, la empresa exportadora cordobesa emplea de media a 61 personas, dedicando 2,8 empleados a comercio exterior, mientras que la empresa agroalimentaria emplea de media a 54 personas de las que 3,1 son para comercio exterior, teniendo por tanto menos personal que el total de empresas, pero más en el área de comercio exterior. En el caso de las empresas del metal, ocurre justo al contrario, siendo mayor el total (77) pero menor las personas dedicadas a internacional (2,3).

DE LA ENCUESTA ELABORADA POR LA CÁMARA DE COMERCIO SE EXTRAE UNA COMPARATIVA ENTRE EL TOTAL DE EMPRESAS EXPORTADORAS CON LOS SECTORES AGROALIMENTARIO Y DEL METAL

Abierta la convocatoria del Programa Innocámaras



La Cámara de Comercio e Industria de Córdoba ha abierto, mediante la correspondiente Convocatoria Pública de Ayudas, el plazo para la presentación de solicitudes de participación en el Programa Innocámaras, financiado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) de la Unión Europea en un 80 % y la Cámara de Córdoba en un 20 %.

Este programa, incluido en el Programa Operativo "I+D+i por y para el beneficio de las empresas – Fondo Tecnológico 2007-2013" y diseñado por el Consejo Superior de Cámaras, tiene como objetivo principal contribuir a la mejora de la competitividad de las pymes, mediante la adopción de una cultura a favor de la innovación permanente para lograr un crecimiento económico sostenido.

En términos cuantitativos, se prevé la participación de aproximadamente cien empresas en los próximos cuatro años en la provincia de Córdoba. El programa se caracteriza por su orientación hacia las demandas específicas de las pymes, mediante el desarrollo de una metodología mixta de diagnóstico, apoyo en el proceso innovador y difusión del conocimiento, que permita incorporar la innovación de modo sistemático a su actividad habitual y se materializa a través de las siguientes actuaciones:

- **Acciones de Apoyo a empresas:** Consiste en el desarrollo de una serie de actuaciones para sensibilizar y apoyar a las empresas en la asimilación de la cultura de innovación en sus estrategias de actuación. Su ejecución, que constituye el eje central del proyecto, engloba dos fases secuenciales y progresivas:

Fase I: Diagnóstico Asistido de Innovación (DAI)

En esta fase se le realiza un diagnóstico asistido en materia de innovación a la empresa beneficiaria, que permite conocer el nivel de competitividad de la empresa en su entorno económico y de mercado.

Este diagnóstico, tras analizar las posibilidades de innovar en cada uno de los eslabones

de la cadena de valor, proporciona unas líneas de recomendación sobre aspectos clave en la competitividad de la empresa destinataria, en los cuales el desarrollo de actuaciones innovadoras pueda contribuir eficazmente al logro de mayores niveles de eficiencia y productividad.

Para la ejecución de esta fase, InnoCámaras cuenta con una red de tutores de innovación especializados y formados en la metodología del Programa, que constituyen un pilar importante, ya que dinamizan y apoyan el desarrollo del Programa.

Fase II: Plan de Apoyo a la Innovación (PAI)

Una vez finalizada la fase de diagnóstico, comienza la ejecución del Plan de Apoyo, en la que asesores especializados en innovación seleccionados de la cartera de entidades homologadas por el Consejo Superior de Cámaras, asistirán a las pymes en la incorporación de soluciones y métodos de gestión de la innovación derivados de las recomendaciones efectuadas en el DAI (Fase I).

Al final de su actuación, los asesores entregan los correspondientes informes a la empresa destinataria, propiciándose el establecimiento de enlaces entre la empresa destinataria y empresas asesoras especializadas en innovación.

Acciones Transversales complementarias: Los planes de apoyo son reforzados por un conjunto de acciones transversales de fomento y difusión de la cultura de la innovación como los **Foros de innovación**, orientados al intercambio de experiencias y difusión de mejores prácticas en el área, encuentros de cooperación tecnológica, así como otras actuaciones de fomento de la cooperación interempresarial de carácter innovador.

Igualmente, el programa cuenta con el **Portal Tutorizado de Innovación**, que ofrece una asistencia permanente a la empresa resolviendo sus consultas específicas en el área de innovación.

Destinatarios

Autónomos, microempresas, pequeñas o medianas empresas industriales, comerciales y de servicios (censo del IAE, sección 1 excluyendo pesca, acuicultura, carbón y la producción primaria de los productos agrícola-



EL PROGRAMA CONTRIBUYE 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

las del Anexo I del Tratado Constitutivo de la UE) con sede social, delegación o establecimiento en Córdoba.

La convocatoria de ayudas, así como el modelo de solicitud de participación, pueden descargarse en la web www.camaracordoba.com

La importancia de las **redes sociales** en la empresa



EL DESPLIEGUE DE INTERNET COMO RECURSO ALTAMENTE VALIOSO NACE COMO HERRAMIENTA RÁPIDA PARA SEGUIR A LOS COMPETIDORES, OBSERVAR NUEVAS ACCIONES, ANALIZAR TENDENCIAS Y POSIBILIDADES DE NEGOCIO Y OFRECER NUEVAS ACTIVIDADES EMPRESARIALES

A medida que se integran las redes sociales en nuestra vida, tanto personal como profesional, más empresas sucumben al poder de las redes sociales. El uso de estas redes en el trabajo por parte de los trabajadores de una empresa puede, potencialmente, transformar el mundo laboral. De hecho, numerosas firmas conocidas están sacando provecho al poder de conectividad de los social media para mejorar la productividad, la innovación, la colaboración, la reputación y la implicación de los empleados.

No obstante, datos recientes de la consultora Manpower Professional revelan que el 75 % de los empleados afirman que sus empresas no cuentan con una política formal sobre el uso de las redes sociales en el trabajo. Esto sugiere que una amplia mayoría de las empresas están adoptando la postura de “esperar a ver qué sucede” antes de desarrollar sus propias políticas formales sobre el uso de las redes sociales y un “dejar hacer” tácito entre los trabajadores.

El tejido empresarial está haciendo esfuerzos por adaptarse a esta tendencia y ha tenido que empezar a prestar atención a esta nueva vía de negocio, pero la atención de estos esfuerzos no debe centrarse en intentar controlar la conducta de los empleados respecto a las redes sociales, sino en canalizar ese uso en una dirección que beneficie a empresas y los trabajadores por igual.

Desde principios de los años noventa la idea de los empresarios era la visión ociosa en la red de sus trabajadores y que esto suponía una pérdida de tiempo y productividad en las horas de trabajo. Esto ha provocado que las empresas no hayan sabido aprovechar al máximo las oportunidades que las TIC ofrecen. Sin embargo, en la actualidad el despliegue de Internet como recurso altamente valioso nace como herramienta rápida para seguir a los competidores, observar nuevas acciones, analizar tendencias y posibilidades de negocio y ofrecer nuevas actividades empresariales. En este sentido, ha nacido la figura del Community Manager como trabajador solicitado por las empresas para posicionarlas en las redes sociales y que mejore su reputación online.

Comunicación bidireccional

De ahí las posibilidades que Internet ofrece para la comunicación. Con las comunidades virtuales se abre una puerta a la comunicación bidireccional, al compartir experiencias y entablar vínculos. Esto proporciona un infinito de oportunidades que el tejido empresarial debe aprovechar. Las principales redes sociales, facebook, linkedIn, Twitter, Xing y tuenti, ayudan a mejorar tanto la producción y la actividad empresarial, ya que las empresas hablan de tú a tú con los usuarios, como la vida particular de las personas. Un estudio de Manpower Professional demuestra que un 20 % de las empresas cuenta con una política formal sobre el uso de redes sociales, y de ellas, el 63 % afirma que su política es eficaz para evitar la pérdida de productividad. Además, la introducción de redes sociales supone un cambio en la cultura profesional de las empresas y agiliza el trabajo colaborativo.

Ventajas

Las ventajas en las redes sociales van en varias direcciones: socialización, trabajo, negocio e información. Además, el interés de esta herramienta comunicativa no sólo está en la relación con los clientes. Las redes sociales también están revolucionando la forma de selección de candidatos para trabajar en las empresas. Se usan para crear una marca personal y hacer valer su reputación profesional y, por su parte, las empresas pueden buscar candidatos potenciales que se adecuen al perfil de puestos ofertados de una manera más rentable. De hecho, son muy utilizadas por los headhunters, que las emplean como un elemento más en la búsqueda de talentos.

La Cámara Responde

¿Qué ayuda me ofrece la Cámara para la puesta en marcha de mi proyecto empresarial?

La Cámara de Córdoba dispone de un amplio abanico de recursos e instrumentos de desarrollo empresarial que van desde el análisis inicial del promotor/es y la idea empresarial, hasta la búsqueda de financiación e incentivos públicos para el proyecto empresarial, pasando por un completo asesoramiento en materia de elaboración de un plan de empresa, trámites administrativos de constitución, normativas sectoriales aplicables, obligaciones fiscales, innovación y nuevas tecnologías, internacionalización, etc., todo ello ofertado en su sede central de Córdoba capital y en sus Antenas Locales (Priego de Córdoba, Palma del Río e Hinojosa del Duque)

Igualmente, la Cámara pone a disposición de cualquier emprendedor o empresario de su demarcación, una serie de herramientas interactivas de consulta accesibles y en distintos formatos:

- www.camaracordoba.com
- CD Servicios Empresariales Camerales (Desarrollo Empresarial, Formación, Empleo e Internacionalización)
- Actividades Económicas de Córdoba y provincia
- Índices de Confianza Empresarial de Córdoba y provincia
- Tributos locales de Córdoba y provincia

¿Qué es el coaching?

Principalmente es un entrenamiento, un entrenamiento personal, en el que una persona (coach) acompañará y ayudará a otra (cliente) a que éste alcance sus objetivos, establecidos éstos en forma de metas concretas a conseguir, superación de bloqueos personales o bien desarrollo de habilidades. También se habla de coaching al referirnos a un “vehículo que ayuda a pasar de una situación actual a una situación deseada”. Para ello, el coaching se nutre de numerosas herramientas y de una metodología concreta, cuya procedencia es muy heterogénea, desde la filosofía, la psicología, la consultoría, la programación neurolingüística, técnicas zen, metáforas, constelaciones, etc...

¿Cómo funciona la bolsa de empleo de la Cámara de Comercio?

El Servicio de Empleo de la Cámara tiene actualmente 2 bolsas de empleo gratuitas.

www.camaraemplea.com en esta página se encuentra la bolsa de empleo genérica en la cual tramitamos toda clase de ofertas de empleo. El proceso de

selección consiste en, una vez analizado el perfil demandado por la empresa, se publica la oferta de empleo. Una vez publicada se analizan todas las candidaturas que cumplen los requisitos exigidos en la oferta y se le remite a la empresa ofertante los currículum de los candidatos. Actualmente esta bolsa de empleo cuenta con más de 8.000 candidaturas/as y 450 empresas.

www.cordobaexporta.com en esta página se encuentra la bolsa de empleo especializada en Comercio Internacional, única en Andalucía. A través de esta bolsa se gestionan ofertas de empleo exclusivamente relacionadas con perfiles para comercio internacional, turismo, traducción e intérpretes. El funcionamiento consiste en la publicación de las ofertas de empleo recibidas en la Cámara por parte de las empresas y en la selección de los candidatos que más se ajusten a los perfiles exigidos en las ofertas. Actualmente desde esta bolsa de empleo se gestionan el 90% de las ofertas de empleo que hay en el mercado laboral de comercio exterior en Córdoba. Esta bolsa de empleo cuenta con más de 200 empresas exportadoras.

Soy un empresario de la madera de Córdoba, me estoy planteando empezar a exportar, ¿en qué me puede beneficiar el programa PIPE de la Cámara de Comercio?

El PIPE (Plan de Iniciación a la Promoción Exterior) es un Programa de ayuda a las Pymes españolas para su iniciación práctica en la exportación. Este Programa está organizado y dirigido por el esfuerzo conjunto del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) y el Consejo Superior de Cámaras de Comercio, con la colaboración de las Comunidades Autónomas y las Cámaras de Comercio, y con el apoyo de los fondos FEDER de la Unión Europea.

El PIPE cuenta con promotores experimentados capacitados para diseñar e implantar un plan de internacionalización acorde a las características de su empresa. Además, durante los dos años de duración aproximada del programa, la empresa cuenta con un apoyo económico del 70% de los 46.000 euros del presupuesto elegible total. Este presupuesto se encuentra distribuido en distintas partidas elegibles, incluyendo dentro de las mismas la interesante opción de contratación durante un año de un Colaborador PIPE, que le permitirá contar con el apoyo necesario para la puesta en marcha del plan diseñado para su empresa.

Si tiene alguna duda, mándenos su pregunta a mmartinez@camaracordoba.com y nuestros técnicos le contestarán a través de esta sección



Cámara

Córdoba

Disfruta de tarifas especiales en los servicios camerales
¡ADSCRÍBETE A CUOTA CERO!

ADSCRIPCIONES: 957 296 199 - info@camaracordoba.com



Cámara

Córdoba

Desarrollo Empresarial


Creación de Empresas

- Constitución de una empresa
- Plan de empresa
- Incentivos y Ayudas
- Franquicias
- Fomento espíritu emprendedor en la escuela
- Programa apoyo Empresarial a las Mujeres (PAEM)

Formación

- Programas de creación y consolidación de empresas
- Masters y programas superiores
- Formación presencial y on-line

Empleo

- Orientación laboral (Andalucía Orienta)
 - Bolsa de empleo - camaraemplea
 - Empleo en comercio exterior
 - Prácticas de empresa
 - VideoCurrículum
 - Selección de personal
 - Asesoramiento en RRHH
- 

Nuevas Tecnologías

- Certificado Digital
- Maspyme
- Masmarteting
- Innocámaras
- Transferencia del Conocimiento
- Puntos de información sobre I+D+i

Expansión Territorial

- Antena de Priego de Córdoba
 - Antena de Hinojosa del Duque
 - Antena de Palma del Río
- 