

Cámara Córdoba

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

NÚMERO 12 | abril - mayo - junio 2014

La Cámara
convoca
su MBA en
Administración
de Empresas

Nuevo servicio
de la Cámara:
Diagnóstico
Punto de Venta

APRENDE A FINANCIARTE
La Cámara asesora
a las empresas en
la búsqueda de
financiación con una
plataforma pionera



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 11

abril - mayo - junio 2014

3 EDITORIAL

Editorial

4 LA CÁMARA RESPONDE

Respuestas a consultas de los empresarios

5 FIRMA INVITADA

Gestión de la prevención de riesgos laborales en el ámbito internacional

6 EL EXPERTO OPINA

A ver si nos aclaramos!!!

7 COMERCIO

Apertura de la convocatoria del Programa Innocomercio 2014

8 EMPLEO

Presentación del proyecto Dinamización del Empleo Local en la provincia en Bujalance, Puente Genil y Baena

9 FORMACIÓN

La Cámara convoca su MBA en Administración de Empresas

10-11 COMERCIO MINORISTA

Nuevo servicio de la Cámara: Diagnóstico Punto de Venta

12 - 16 INSTITUCIONALES

Las Cámaras de Córdoba y Múnich estrechan su colaboración para fomentar el empleo

17 INNOVACIÓN

La Unión Europea reconoce como "Buena Práctica" dos programas de las Cámaras

18 - 19 APRENDE A FINANCIARTE CON LA CÁMARA

La Cámara asesora a las empresas en la búsqueda de financiación con una plataforma pionera

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

Secretaría General

Carmen Gago

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

Este año, la Secretaría de Estado del Ministerio de Economía y Competitividad ha vuelto a confiar en las Cámaras de Comercio para la ejecución del Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista 2014, dados los excelentes resultados tanto a nivel nacional como autonómico del año pasado.

El desarrollo por parte de las Cámaras de este plan se plantea a través de un conjunto de actuaciones cuyo objetivo es el fomento de la innovación empresarial, la modernización del punto de venta, el impulso a la capacitación del empresario, el asociacionismo, la formación y la mejora de los espacios comerciales urbanos para ayudar a paliar la crisis que afecta al sector.

Las líneas en las que participa la Cámara Oficial de Comercio de Córdoba (diagnóstico punto de venta e innovación comercial, dinamización de Centros Comerciales Abiertos y talleres formativos) las realizará hasta el próximo 28 de noviembre de 2014. Con estas actuaciones tendemos la mano al pequeño comercio, que tiene grandes retos que afrontar ante el entorno cambiante que vivimos. El comercio minorista tiene que ser capaz de adaptarse y reinventarse constantemente.

La innovación es posible y necesaria en el comercio tradicional. Prueba de ello son las líneas de actuación que desde las Cámaras realizamos para dar un apoyo personalizado y cercano al comercio minorista, tan importante como sector estratégico en la base de nuestra economía.

"Un negocio que no hace otra cosa más que dinero es un negocio pobre"

Henry Ford

(empresario estadounidense,
fundador de Ford)



www.camaracordoba.com
SÍGUENOS



Cámara Córdoba



LA CÁMARA
RESPONDE

¿Qué es una posición larga en futuros sobre divisas?

Se dice que un operador del mercado está largo, tiene una posición compradora o tiene una posición abierta larga en futuros sobre divisas cuando compra contratos de futuros que le dan derecho a recibir el activo subyacente al vencimiento del contrato al precio pactado en el futuro.



¿Cuáles son los documentos utilizados en transporte marítimo?

Existen diversos documentos utilizados en el transporte marítimo. Los principales serán:

-Premanifiesto marítimo: es la relación provisional de toda la carga que lleva un buque.

-Manifiesto marítimo: es la relación definitiva de toda la carga que lleva un buque.

-Póliza de fletamento: la póliza de fletamento es la denominación genérica del contrato de transporte no regular (Tramp).

-B/L (Bill of lading) o conocimiento de embarque: es el documento que recoge el contrato de transporte marítimo internacional. Prueba la existencia del contrato de transporte marítimo internacional, justifica que el cargador ha entregado la mercancía a bordo del buque y es el título de propiedad de dicha mercancía.

-Admitase colla (terminal estibadora): es el documento que acredita la entrega de la mercancía en un muelle del puerto de origen a una determinada colla (terminal estibadora) para su posterior embarque.

¿Qué es una franquicia?

Es un contrato por el que una empresa (franquiciador), cede a otra (franquiciado), a cambio de una contraprestación (canon), el derecho a la explotación de un conjunto de derechos de propiedad industrial o intelectual, nombres comerciales, rótulos, derechos de autor, modelos, marcas, etc, para la reventa de productos o la prestación de servicios. Además, el franquiciador tiene la facultad de control sobre la actividad del franquiciado y está obligado a proporcionar asistencia comercial o técnica durante la vigencia del contrato. La relación entre ambos se rige normalmente por pacto de exclusividad.





**FIRMA
INVITADA**

Gestión de la prevención de riesgos laborales en el ámbito internacional

Gabriel Morera

Área Laboral Bufete Ignacio Fernández



Bufete Ignacio Fernández

Abogados Asociados

Las necesidades de seguridad y salud en el trabajo requieren más atención cuando hay desplazamiento de trabajadores.

Es aplicable a empresas que desplacen a sus trabajadores a filiales o sucursales de la matriz ubicada en España.

Las necesidades empresariales en relación a la seguridad y salud en el trabajo están cambiando. Ya no es suficiente con conocer la normativa y las obligaciones preventivas en nuestro país, sino que además debemos conocer la legislación, obligaciones en prevención y muchos otros requisitos que habremos de cumplir en nuestros trabajos en el extranjero. El empresario tiene derecho a recabar de la autoridad laboral de los Estados de destino la información sobre la normativa aplicable en seguridad y salud para poder dar cumplimiento a la regla de aplicación preferente de aquellas condiciones de seguridad y salud en el trabajo que sean más favorables al trabajador.

Además de sus manifestaciones más tradicionales (como el trabajo en el transporte internacional aéreo, naval o terrestre, en embajadas o delegaciones consulares, culturales, etc. o los trabajadores transfronterizos), aparecen nuevas manifestaciones como: la movilidad internacional del personal de multinacionales a través de expatriaciones impuestas o pactadas, los desplazamientos temporales de trabajadores en el marco de una prestación transnacional de servicios, el tele-trabajo internacional o el trabajo de los cooperantes. Estos nuevos modelos hacen que el contrato de trabajo internacional sea cada vez más

frecuente y, a la vez, adopte fórmulas de mayor complejidad jurídica.

Obligaciones preventivas exportables

En materia de seguridad y salud laboral, la expatriación o desplazamiento internacional del trabajador supone un cambio en el puesto de trabajo y, por ello mismo, un cambio en sus condiciones en referencia a la seguridad y salud laboral.

Los elementos esenciales a cumplir, según la legislación española se exportan con el trabajador. En este sentido son obligaciones preventivas exportables la deuda de seguridad genérica del artículo 14 de la Ley PRL y sus obligaciones derivadas: organización preventiva, coordinación de actividades empresariales, formación, vigilancia, comunicación e investigación de accidentes y enfermedades profesionales. De la misma manera, son obligaciones exportables los derechos de consulta y participación de los trabajadores en las cuestiones relacionadas con la prevención de riesgos laborales.

La doctrina científica también ha apuntado la necesidad de considerar a los trabajadores expatriados como trabajadores sensibles en el sentido expresado en el artículo 25 de la Ley PRL. Ello supondría para la empresa un especial celo en el deber de adaptar del mejor modo posible el trabajo a la persona.

Quién debe prestar mayor atención

Las necesidades empresariales en relación a la seguridad y salud en el trabajo en el ámbito internacional requieren mayor atención en aquellas organizaciones que habitual o esporádicamente realicen desplazamientos de sus trabajadores a empresas extranjeras para realizar trabajos que supongan la incorporación del personal a las empresas de los clientes-proveedores, y realizan un trabajo determinado (instalación de maquinaria, revisión de procesos, análisis de incidencias, construcción de bienes de equipo, o construcción de bienes inmuebles, obras mayores, etc.). También es aplicable para empresas que desplacen a sus trabajadores a filiales o sucursales de la empresa matriz ubicada en España.



EL EXPERTO OPINA **A ver si nos aclaramos!!!**

José Luis Casado Criado
Doctor en Ciencias Económicas y
Empresariales
Director Business & Marketing School
Andalucía
ESIC



“El marketing no crea necesidades, las satisface”. Esta máxima, no exenta de controversia permanente, es la regla fundamental para todos aquellos que nos dedicamos a este mundo desde hace años. A pesar de su claridad, para algunos, no parece que otros muchos tengan claro que quiere decir. Por eso, y aún a riesgo de tratar un tema excesivamente básico, quiero detenerme en ello porque si no asimilamos este concepto científicamente, podemos incurrir en errores de bulto en un momento en el que no nos los podemos permitir.

Una necesidad se define como “la carencia de las cosas que son menester para la conservación de la vida. Un movimiento afectivo hacia algo que nos apetece”. Conviene, pues, no confundir necesidad con deseo que es “la forma en la que se expresa la voluntad de satisfacer una necesidad de acuerdo con las características personales del individuo”. El deseo supone un acto de voluntad posterior a la necesidad.

Los expertos en marketing no crean necesidades. Las necesidades no se crean ni se destruyen. Los expertos en marketing influyen en los deseos de los consumidores para adquirir determinados bienes o servicios; es decir, influencia en la forma en que los con-

sumidores quieren satisfacer una determinada necesidad. Pero no la crean.

Y este concepto, esta íntimamente ligado a otro que es fundamental que es el concepto de “curva tecnológica”. A medida que los tiempos avanzan, la tecnología permite la creación de nuevos productos y servicios que permiten que el consumidor pueda satisfacer sus necesidades (las de siempre), de una forma más avanzada, confortable y eficaz. Ante la llegada de estos avances y el volumen de oferta en los mercados, los expertos en marketing influyen en los consumidores a través de diferentes técnicas, tratando de generar el deseo de satisfacer esa necesidad con sus productos y nos con los de la competencia. Quizás un ejemplo sea más clarificador: ante la necesidad humana de “trasladarse” hay muchas alternativas: a pie, en burro, en carro, en tren, avión, coche, etc... La tecnología ha permitido que podamos ofrecer al consumidor alternativas de traslado mucho más cómodas y eficientes: el avión versus el burro, por ejemplo. Llegar a París en 2 horas en avión, frente a pasar 8 meses a caballo como en la edad media. El marketing influye en el deseo que como el individuo quiere trasladarse y generamos alternativas diferentes que tratamos de hacer atractivas y por ello, el consumi-

dor prefiere o no, el avión al coche, el bmw al Renault, etc.... Y no olvidemos que hay gente que sigue prefiriendo el caballo ¿eh? (interesante....). Es pues un concepto importante porque forma parte de los básicos cuando trabajamos en el campo de los comportamientos del consumidor y planteamos estrategias desde allí. Ocurre, como con todo, que la semántica se utiliza con ligereza y entonces oímos cosas como “es que los de marketing me han generado la necesidad de tener un BMW”. No, los de marketing, lo que han hecho es que ante la necesidad que tienes de trasladarte (que la tienes de siempre), han influenciado en tu deseo de hacerlo de una u otra forma y por eso has elegido un determinado modelo de coche y no otro. En el caso de esta marca en concreto, incluso mediante la combinación de otro deseo adicional para satisfacer la inmortal necesidad del ser humano de la “autoafirmación”.

Así es como esto funciona, ¿Seremos pues capaces de venderle a un esquimal una nevera? Es una broma.... Pero lo cierto es que ante la necesidad humana de comer alimentos en buen estado, siempre será más deseable y cómodo tener un frigorífico a cavar un hoyo en el suelo helado. Eso, siempre que haya electricidad.

COMERCIO Apertura de la convocatoria del Programa Innocomercio 2014

Está dirigido a autónomos, microempresas, pequeñas o medianas empresas cordobesas dadas de alta en la rama de actividad 47 del CNAE 2009- Comercio al Por Menor, excepto Vehículos de Motor y Motocicletas / IAE 64, 65, 66

La Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba abre la convocatoria hasta el próximo 7 de noviembre de 2014 (o hasta agotar presupuesto) del Programa InnoComercio enmarcado dentro del Programa Operativo Regional de Andalucía y cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) y el Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España en el marco del Plan Integral de Apoyo a la competitividad en el comercio minorista 2014.

El Programa InnoComercio está dirigido a autónomos, microempresas, pequeñas o medianas empresas cordobesas dadas de alta en la rama de actividad 47 del CNAE 2009- Comercio al Por Menor, excepto Vehículos de Motor y Motocicletas / IAE 64, 65, 66.

El objeto del Programa es la incorporación, como herramienta competitiva clave, de la innovación en la estrategia de las PYMEs españolas 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.

El programa InnoComercio se caracteriza por su orientación hacia las demandas específicas de las pequeñas y medianas comerciales, mediante el desarrollo de una metodología mixta de diagnóstico y apoyo en el proceso innovador.

El programa se materializa a través de las siguientes actuaciones:

- Acciones Individuales: 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.

Fase I: Diagnóstico Asistido de Innovación (DAI) Coste de 1.200 euros + IVA y 100 % subvencionado.

En esta fase se le realiza un diagnóstico gratuito 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.

¿Cuánto cuesta?

El DAI de InnoComercio es totalmente gratuito (precio estimado de 1.200 euros + IVA) al estar subvencionado al 100 % por el FEDER y el Ministerio de Economía y Competitividad a través del Plan Integral al Comercio Minorista 2014.

Objetivos

- Conocer el modelo de negocio de la empresa a fin de determinar qué procesos de su cadena de valor (gestionados internamente) pueden ser objeto de mejora a través de la innovación.
- Detectar la estrategia y posicionamiento de la empresa frente a sus competidores, teniendo en cuenta las características y dinámica del sector.
- Sensibilizar a la empresa sobre la importancia de la introducción de la innovación en su estrategia empresarial, así como de los beneficios que se pueden obtener.
- Identificar las áreas prioritarias de mejora para la empresa a través de proyectos de innovación (DAI).

En el siguiente enlace <http://www.camaracordoba.com/camara.php?cite=8&codigo=8099> puede ver:

1.- La convocatoria y el convenio Cámara – empresa.

2.- Modelo de solicitud, declaración jurada y direcciones de envío y/o presentación de las solicitudes cuyas plazas gratuitas, cumpliendo los requisitos de la convocatoria, se otorgarán por orden de entrada en el registro de la Cámara hasta agotar presupuesto (plazo máximo de recepción el 8 de noviembre).



EMPLEO Presentación del proyecto Dinamización del Empleo Local en la provincia en Bujalance, Puente Genil y Baena

El portal Cámaraemplea es una herramienta virtual de búsqueda y demanda de empleo. Los ayuntamientos de estos municipios ofrecen en su web un espacio propio para este servicio

La Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba ha presentado durante los meses de abril y mayo el proyecto Dinamización del Empleo Local en la provincia en los municipios de Bujalance, Puente Genil y Baena. Esta iniciativa reúne todos los servicios en materia de empleo de forma gratuita

tanto para las empresas como para los demandantes de empleo.

El responsable de Empleo de la Cámara, Eduardo Collantes, se reunió el pasado 30 de abril con la alcaldesa en funciones del ayuntamiento de Bujalance, Elena Alba, para presentar el proyecto. El 9 de mayo se presentó en Puente Genil con el concejal de Desarrollo Económico, Empleo y Turismo de Puente Genil, Francisco Carrillo. Para finalizar, el 13 mayo, Collantes presentó este nuevo servicio junto con la delegada de Formación del ayuntamiento de Baena, Guadalupe Salamanca.

Eduardo Collantes destacó en todas las presentaciones que “con esta iniciativa queremos aproximar los servicios de empleo que ofrece la Cámara a la provincia conscientes de la situación tan complicada de desempleo que existe

actualmente. Queremos ayudar a activar la actividad económica de los municipios cordobeses”.

Las personas interesadas en formar parte de esta herramienta sólo tendrán que acceder desde www.bujalance.es, www.puentegenil.es o www.baena.es al portal Cámaraemplea e incorporar su curriculum a la base de datos, un procedimiento que también deben seguir las empresas en busca de candidatos para sus ofertas laborales. Es un servicio integral que dispone, entre otros apartados, de bolsa de empleo propia, ofertas de trabajo, bolsa de empleo vinculada al comercio exterior, orientación laboral y servicio de noticias.

A este proyecto ya se han sumado municipios como Montilla, Castro del Río, Lucena, Priego de Córdoba, Palma del Río, Hinojosa del Duque, Posadas o El Carpio.



FORMACIÓN La Cámara convoca su MBA en Administración de Empresas

La cuarta edición de este master contará con profesores como Ramón Tamales, Isabel Aguilera o Manuel Pimentel. Está dirigido a profesionales, directivos, empresarios, emprendedores, licenciados o diplomados

La Cámara de Comercio de Córdoba convoca, para el curso lectivo 2014-2015, la 4ª edición de su Programa Master en Administración de Empresas (MBA) que contará entre sus profesores con Ramón Tamames (Premio Nacional Lucas Madalla de Economía), Isabel Aguilera (que fue presidenta de Google para España y de General Electric España y Portugal), Manuel Pimentel (ex Ministro de Trabajo), y Mario Weitz, economista del Banco Mundial y del Fondo Monetario Internacional.

El Master también se imparte desde hace varios años en Andalucía en las Cámaras de Comercio de Sevilla, Málaga y Granada, y está dirigido a profesionales, directivos, empresarios, emprendedores, licenciados o diplomados. En el se enseña la mejor teoría: la práctica

El Master en Administración de Empresas (MBA) en la Cámara de Comercio de Córdoba es una experiencia formativa basada en el método del caso, con profesores de las mejores escuelas de negocio y universidades españolas e internacionales. El programa es una inmersión en el mundo empresarial, con compañeros que supondrán una red de contactos para toda la vida. También imparten clase profesores como Jacobo Pedrosa, que fue subdirector de Inversiones del INI; Jesús López, que ha realizado más de 50 proyectos de marketing en seis países diferentes; José Manuel Toledano, exdirector de recursos humanos de Vueling, o Miguel López, mejor profesor del año académico 2003-2004 por el Institute for Executive Development, entre otros.

El programa entrena a los alumnos para que comprendan mejor las situaciones que se planteen en la empresa y elijan, entre los instrumentos analíticos de gestión empresarial, los más apropiados para examinar cada situación concreta y elaborar estrategias bien fundamentadas, de modo que sean capaces de afrontar cualquier situación empresarial.

Perfil del aspirante: Master para profesionales, directivos, empresarios, emprendedores, licenciados o diplomados.

Duración: El programa se impartirá entre octubre de 2014 y julio de 2015.

El horario de clases será los viernes entre las 17:00 y las 22:00 y los sábados entre las 9:00 y las 14:00.

Lugar de impartición: Las clases se impartirán en la Cámara de Córdoba, en la C/ Pérez de Castro, nº 1, de Córdoba.

Coste y forma de pago: El coste total del Master será de 7.440 €, que se divide en una matrícula inicial de

840 € y ocho cuotas mensuales 825 €, que se abonarán mediante domiciliación bancaria (obligatoria) durante los ocho primeros meses de realización del Master, desde primeros de noviembre hasta primeros de junio. Esas ocho cuotas de 825 euros suponen los 6.600 € restantes.

Becas: Se podrán solicitar becas de hasta el 20 % por aquellas personas que se hallen en situación de desempleo en el momento de formalizar la matrícula. La Dirección Académica otorgará un número limitado de becas. La concesión de las Becas se estudiará en cada caso particular, y será aceptada o denegada por la Comisión de Admisiones. Para la solicitud de la beca será necesaria la acreditación de la situación de desempleo, mediante un certificado emitido por el INEM

o por el Servicio Andaluz del Empleo, además de la entrega de la documentación necesaria para poder acceder al programa, que se indica en la sección Procedimiento de Ingreso.

Bonificaciones a trabajadores: Las personas a las que su empresa les vaya a pagar la totalidad o una parte del MBA se pueden beneficiar del Sistema de Formación Continua para el Empleo de la Fundación Tripartita (Orden ministerial TAS/ 500/ 2004).

Más información e Inscripciones:
www.master-cordoba.com

Antonio Mantero - 957296199 ext 225
amantero@camaracordoba.com

María Carrasco - 957296199 ext 224
mcarrasco@camaracordoba.com



COMERCIO MINORISTA **Nuevo servicio de la Cámara: Diagnóstico Punto de Venta**

¿Qué es el Diagnóstico Punto de Venta (DPV)?

El Programa Diagnóstico Punto de Venta (DPV) es un servicio que prestan las Cámaras de Comercio españolas, a través del Plan Integral de Apoyo al Comercio Minorista 2014, a las pymes del comercio minorista.

A través del DPV, un técnico especialista realiza un profundo análisis sistematizado de distintos aspectos del establecimiento comercial con el fin de conocer su gestión comercial y sus puntos fuertes y débiles en siete áreas clave del negocio. En base a dicho análisis, se proporciona al comerciante una serie de recomendaciones para la renovación y la optimización de la gestión de su establecimiento comercial.

Durante el proceso de realización del Diagnóstico, se estimula al empresario para que realice una reflexión, de for-

ma asistida por el técnico especialista, sobre su propio negocio.

¿Qué obtengo si realizo Diagnóstico Punto de Venta?

- A través de DPV usted va a conseguir:
- Una propuesta de mejora competitiva, centrada en la gestión del punto de venta.
- Que le va a orientar hacia una gestión proactiva del establecimiento comercial, de tal forma que se convierta en un elemento activo en la generación de ventas.
- Le va a motivar y le va a ayudar a pensar en su propio negocio y en cómo sacar más provecho a su local comercial, poniendo en valor capacidades y recursos que ya tiene
- Le va a facilitar información so-

bre cómo aplicar a su negocio técnicas avanzadas de marketing, comunicación, escaparatismo y merchandising.

- Facilitando ideas, fácil y rápidamente aplicables.

¿Qué áreas se analizan de mi negocio?

El diagnóstico DPV centra en la valoración de siete aspectos clave en la gestión del punto de venta:

- Características generales del comercio.
- Entorno comercial y factores de atraktividad y competencial.
- Imagen externa del establecimiento comercial.
- Imagen interna del establecimiento comercial.
- Gestión del punto de venta.



- Marketing y comunicación.
- Política comercial y gestión financiera.

¿A qué tipos de negocio se dirige el DPV?

Este servicio se dirige a autónomos, microempresas y pymes del sector comercial minorista que cuenten con un, al menos, un establecimiento comercial o punto de venta físico. Por tanto, las empresas que quieran participar deberán pertenecer a alguno de los epígrafes de actividad del CNAE-2009, Grupo 47 o, si son empresarios individuales, estar dados de alta a efectos del IAE en los epígrafes 64,65 ó 66.

Si usted pertenece a algunos de estos grupos de actividad, no importa a que subsector pertenezca o que tipos de productos venda: alimentación, moda o textil, calzado, librerías, quioscos, tecnologías, electrodomésticos, etc. La metodología DPV es totalmente aplicable a cualquier tipo de actividad comercial.

¿Cuánto me va a costar?

Los DPV que se realicen en el año 2014 son totalmente gratuitos para el empresario al estar subvencionados al 100% por el Ministerio de Economía y Competitividad a través del Plan Integral de Apoyo al Comercio Minorista 2014, y por fondos europeos FEDER gestionados por las Cámaras de Comercio españolas.

Por tanto a usted no le costará nada ni tendrá que adelantar ningún dinero para ser beneficiario de este servicio.

¿Cómo se desarrolla y cuánto dura?

Para iniciar el proceso, deberá firmar un documento de adhesión al programa que le facilitará su Cámara. A partir de ahí, se le asignará un técnico consultor que se pondrá en contacto con usted para explicarle en que va a consistir el proceso de trabajo. La realización de los diagnósticos corre a cargo de técnicos de las Cámaras o consultores externos supervisados por parte de las Cámaras.

El procedimiento está sistematizado y consiste en la toma de datos por parte del consultor mediante un cuestionario, lo que supone que el técnico le visite dos o tres veces en el comercio, sin que esto le vaya a suponer interferencias en su negocio. El consultor le

solicitará la información adicional que necesite para realizar el análisis.

Como resultado del trabajo, el consultor le hará entrega de un completo informe con el resultado del diagnóstico y las recomendaciones de mejora propuestas.

El tiempo necesario para completar el trabajo dependerá de distintos factores, pero puede situarse entre mes y mes y medio.

Una vez finalizado el DPV, aquellos empresarios que quieran obtener un apoyo específico para incidir en determinados aspectos e implantar las mejoras propuestas, pueden acceder a

una fase posterior del DPV que se denomina Plan Tutorial de Gestión.

¿Dónde puedo obtener más información?

Puede obtener más información sobre este servicio a través de su Cámara de Comercio.

¿Cómo puedo solicitarlo?

Para solicitar el servicio, debe dirigirse a la Cámara de Comercio de Córdoba. Si desea que un técnico de la Cámara se ponga en contacto con usted, puede hacerlo a través del siguiente formulario: <http://portaldpv.camaras.org/formulario-dpv.aspx>





El Consejo Andaluz celebra un pleno en la Cámara de Córdoba



Los presidentes de las Cámaras andaluzas analizan la nueva Ley

El Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio celebró el pasado 23 de abril un pleno en la Cámara de Comercio de Córdoba. Aunque la institución habitualmente desarrolla estas sesiones en su sede de Sevilla, con carácter excepcional y de forma periódica las organiza a lo largo del año en algunas de las Cámaras de Comercio andaluzas al

objeto de tener un contacto más real y cercano con cada una de ellas.

En el transcurso de esta sesión plenaria, presidida por Antonio Ponce y a la que asistieron la mayoría de los presidentes de las cámaras andaluzas, se abordó, entre otros temas importantes, la nueva Ley de Cámaras aprobada recientemente por el Congreso de los Diputados.

La Cámara analiza el desplazamiento laboral internacional

La jornada gratuita fue impartida por Rafael López-Pardos y Gabriel Morera, del bufete Ignacio Fernández. Además, se presentó el nuevo servicio de Asesoramiento jurídico internacional de la Cámara

El pasado 24 de abril se celebró en la sede de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba la jornada gratuita “Desplazamiento laboral internacional”.



El coordinador del área de Comercio Exterior de la Cámara, Rafael Reyes, destacó en el acto de apertura que “en un mercado laboral globalizado a las empresas le surgen dudas sobre qué permisos, condiciones de trabajo, Seguridad Social o prevención de riesgos laborales se deben aplicar a aquellos trabajadores y profesionales que se desplazan al exterior, pero también sobre qué régimen hay que aplicar a los que llegan del exterior para incorporarse a empresas locales. Desde la Cámara queremos ayudar a que las empresas conozcan cómo resolver estos problemas”. Además, quiso recalcar que “en la Cámara hemos puesto en marcha, gracias a un convenio de colaboración con el bufete Ignacio Fernández, un nuevo servicio de Asesoramiento jurídico internacional para nuestras firmas cordobesas”.

La jornada fue impartida por el director de la oficina de Madrid y responsable del departamento internacional, Rafael López-Pardos, y por el responsable del departamento Laboral, Gabriel Morera, ambos del bufete Ignacio Fernández. Analizaron, con una eminente carga práctica, cuestio-

nes relacionadas con la contratación de trabajadores en una doble dirección: la de los extranjeros que llegan a nuestro país y la de los expatriados que buscan una oportunidad o una proyección profesional en el exterior. López-Pardos subrayó que “el proceso de la internacionalización es en la actualidad la única vía para la competitividad de la pyme española”. Por otro lado, hizo hincapié en “la necesidad de contar con servicios de prevención de riesgos y conflictos laborales internacionales desde un primer momento para así evitar futuros trastornos e inconveniencias más gravosas”.

En el encuentro se trataron temas como las obligaciones de los empresarios que desplacen a España a sus trabajadores, la Seguridad Social del desplazado y régimen fiscal aplicable, acciones en materia de inspección, prestaciones sociales en Estados de la Unión Europea y del Espacio Económico Europeo (excepto Suiza), prestaciones en Estados con los que hay firmados convenios internacionales de Seguridad Social o prevención de riesgos laborales internacional.

El Pleno elige a Federico García como vicepresidente segundo de la Cámara

Sustituye a Jesús Díaz Laso, que llevaba en el cargo desde 2010. La candidatura de García es la única que se presentó

La Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba eligió el pasado 10 de abril en un pleno extraordinario al director gerente del Instituto Alcántara, Federico García, como vicepresidente segundo de la Corporación, sustituyendo al que fuera director general de Cunext Copper Industries, Jesús Díaz Laso, que llevaba en el cargo desde 2010 y desde 2006 como vocal del comité ejecutivo.

Díaz Laso se ha desvinculado de la empresa a principios de año y Cunext Copper ha designado como representante en el Pleno de la Cámara a José M^a García, ya que las vocalías del Pleno las ocupan las empresas. En cambio, para suplir las vacantes del comité ejecutivo, al ser personas físicas, sí es necesario celebrar elecciones.

La Junta de Andalucía, como administración tutelante, nombró como representante a Crescencio Peñas para que ejerciera de presidente de la mesa electoral en este pleno extraordinario, que contó con la asistencia de 27 vocales. Ignacio Fernández de Mesa, como plenario, propuso para el cargo de vi-

cepresidente segundo a Federico García. Al ser la única candidatura, no se tuvieron que celebrar elecciones y fue nombrado vicepresidente segundo por proclamación.

Federico García es director gerente de la empresa Instituto Alcántara SL desde 1998. Tiene una amplia experiencia en formación académica y ha ocupado cargos importantes en diversas asociaciones empresariales. Actualmente es miembro de las Juntas Directivas de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), la CECO y la Confederación Española de Empresas de Formación (CECAP).

Pleno ordinario

Posteriormente, se celebró también un pleno ordinario en donde se trataron asuntos de trámite propios de la Cámara. Se aprobó el Servicio de integración Activa en la Pyme (SIAP) 2013-2014 y programas como el Finanziat, TIC's Cámaras o E-Administración, entre otros.

Además, se aprobaron las tarifas de los Servicios Camerales para el 2014 y se informó de la existencia de dos vacantes en los grupos 6A y 6E, debido a la pérdida de la condición de vocal del pleno de Embutidos Cordón SA y la renuncia de Promotora de

Detallistas de Alimentación SA. Esta situación provoca que se tengan que celebrar elecciones para ocupar dichas vocalías.



La Cámara explica a las empresas cómo invertir en Marruecos

La ponencia ha corrido a cargo de la directora en Tánger de Sepúlveda y Rubio Asociados, Hasnae Laasri

Continuando con las actividades programadas dentro del Proyecto Aashara, liderado por el Consejo Andaluz de Cámaras, y con objeto de ayudar a las empresas cordobesas que estén interesadas en invertir en Marruecos, la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba celebró el pasado 10 de abril el desayuno informativo: "Aspectos prácticos de la inversión en Marruecos".

El coordinador del área de Comercio Exterior de la Cámara de Córdoba, Rafael Reyes, fue el encargado del acto de apertura y de presentar a la conferenciante. La ponencia corrió a cargo de la directora en Tánger de Sepúlveda y Rubio Asociados, Hasnae Laasri. Esta empresa, con sede en Málaga, tiene delegación en Marruecos donde lleva más de 20 años prestando servicios de asesoramiento a empresas españolas interesadas en establecerse o invertir en Marruecos.

El coordinador del área de Comercio Exterior de la Cámara de Córdoba, Rafael Reyes, fue el encargado del acto de apertura y de presentar a la conferenciante. La ponencia corrió a cargo de la directora en Tánger de Sepúlveda y Rubio Asociados, Hasnae Laasri. Esta empresa, con sede en Málaga, tiene delegación en Marruecos donde lleva más de 20 años prestando servicios de asesoramiento a empresas españolas interesadas en establecerse o invertir en Marruecos.





Las Cámaras de Córdoba y Múnich estrechan su colaboración para fomentar el empleo



La Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba y la Cámara de Artes y Oficios de Múnich y Alta Baviera firmaron el pasado 9 de abril en la sede de la entidad cordobesa un convenio de colaboración para promover el empleo desarrollando el proyecto “Especialistas españoles para el sector artesanal del Alta Baviera 2014”. Gracias a este acuerdo, se ofertan 50 puestos de trabajo en oficios para cordobeses interesados en trabajar en empresas germanas y ambas partes se benefician, ya que en esta región alemana hay escasez de especialistas en el sector artesanal, que se contraponen con el alto nivel de desempleo de España.

Los puestos de trabajo que se ofertan son principalmente de electricistas, fontaneros, carpinteros metálicos y de madera y oficios de la construcción, entre otros. El proyecto está financiado con fondos públicos de la Cámara de Artes y Oficios de Múnich y Alta Baviera, Fondo Social Europeo y participación del gobierno de Baviera, por lo que no hay costes ni para los candidatos (excepto las clases del curso de alemán en Córdoba) ni para las empresas interesadas.

El presidente de la Cámara de Córdoba, Ignacio Fernández de Mesa, destacó que “la función de nuestra Corporación, a través

del área de empleo, en este proyecto es ayudar a la Cámara de Múnich en la búsqueda de profesionales que quieran irse a Alemania a trabajar a empresas afiliadas a esta Cámara de Artes y Oficios. El año pasado colaboramos con este proyecto difundiendo sus ofertas en el Foro de Empleo y Formación y tuvo mucho éxito, de hecho 22 jóvenes españoles consiguieron un contrato laboral en empresas del Alta Baviera. Por este motivo, este año hemos creído conveniente y beneficioso firmar este convenio para poder seguir trabajando conjuntamente con la Cámara de Múnich en potenciar el empleo y ofrecer a los desempleados nuevas oportunidades laborales”. Asimismo, hizo hincapié en que “la Cámara de Córdoba se ha encargado de preseleccionar a los candidatos y organizar el curso preparatorio de alemán, que ya se está impartiendo a los participantes del proyecto. Una vez finalizado el curso hay una segunda entrevista de trabajo con la empresa, así que las personas seleccionadas deberán trasladarse a Baviera para la entrevista y trabajar unos días a modo de prueba”.

Por su parte, el presidente de la Cámara de Artes y Oficios de Múnich y Alta Baviera, Heinrich Traublinger, subrayó que “cada vez más empresas manifiestan dificultades para poder desarrollar su trabajo y asumir más

encargos debido a la escasez de personal cualificado, ya que el actual mercado laboral alemán no cubre la demanda. Mediante la ayuda de la Cámara de Artes y Oficios las empresas asociadas tienen acceso a nuevos perfiles profesionales”. Además, recalcó que “gracias al enfoque personal y las técnicas profesionales utilizadas, un trabajador español supone un enriquecimiento intercultural y laboral para las empresas de Alta Baviera, dándoles un nuevo impulso”.

El proyecto subvenciona parte de los gastos de desplazamiento a Alemania de los participantes, así como un curso de alemán una vez que se van allí y una ayuda inicial para el alquiler a su llegada. También se les ofrece apoyo en las gestiones burocráticas iniciales y en la búsqueda de alojamiento. La Cámara de Artes y Oficios de Múnich y Alta Baviera representa los intereses del conjunto del sector artesanal con alrededor de 79.000 empresas afiliadas, siendo así la mayor Cámara de Artes y Oficios de Alemania.

Encuentro con autoridades

Una vez firmado el acuerdo, se mantuvo una reunión de trabajo con la directora provincial del Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE), Isabel Prieto, el subdelegado del Gobierno en Córdoba, Juan José Primo Jurado, y el teniente coronel del Área de Reclutamiento de la subdelegación de Defensa en Córdoba, Diego Olmedilla. En este encuentro, se trató la situación del mercado laboral en España y Alemania y la delegación germana explicó el sistema alemán de Formación Profesional Dual. En la reunión, la Cámara de Córdoba mostró su interés en realizar la Formación Profesional Dual con la Cámara de Múnich, al igual que se está desarrollando con la Cámara de Comercio de Nuremberg y Bielefeld. Otras líneas de colaboración en las que está interesada la Corporación cordobesa son proyectos europeos como Erasmus + o proyectos de intercambio de jóvenes emprendedores.

Taller práctico en la Cámara sobre las no conformidades más habituales en las Auditorías de BRC, IFS y Globalgap

La Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba, con el objetivo de contribuir a la competitividad de las empresas agroalimentarias de su demarcación, celebró el pasado 22 de mayo, con la colaboración de Bureau Veritas y Biotit, el “Taller práctico sobre las no conformidades más habituales en las Auditorías de BRC, IFS y Globalgap”.

En esta jornada gratuita se trató, desde un punto de vista eminentemente práctico, las no conformidades más habituales encontradas en tres de los estándares más importantes de seguridad alimentaria: BRC, IFS y Globalgap. La importancia que tienen éstos para el sector, claves para la comercialización de los productos en las grandes cadenas de distribución, hace que las auditorías y su correcta realización se conviertan en hitos muy importantes para las empresas.

La presentación corrió a cargo del responsable de Calidad de la Cámara, José Ignacio Carpintero, que destacó

que “estas certificaciones, además de ser un requisito para la introducción de los productos en determinados mercados internacionales, contribuyen a despertar confianza entre los distintos agentes del sector alimentario como respuesta a las cada vez mayores exigencias de los consumidores en relación a la calidad y la seguridad alimentaria”.

Los ponentes fueron Carlos Valdivia (Food Product Manager de Bureau Veritas Certification) y el director de implantación de Estándares Agroalimentarios de Biotit, José Manuel González. El taller se dividió en dos partes bien diferenciadas y con alto valor formativo. Por un lado, la estructura de los diferentes esquemas, haciendo hincapié en los plazos de resolución de desviaciones y No Conformidades y la interpretación de las mismas por parte de los auditores. De otro lado, se trató el orden de 30-35 desviaciones más comunes en todos los sectores de producción, con ejemplos prácticos de resolución de las mismas.

Convenio

Además del taller, se ha firmado un convenio de colaboración entre la Cámara y Bureau Veritas para que la empresa de servicios de verificación, inspección y certificación pase a formar parte de la Central de Compras y Servicios de la Cámara. El acuerdo ha sido rubricado por el presidente de la Cámara de Comercio de Córdoba, Ignacio Fernández de Mesa, y el director comercial de Andalucía Occidental de Bureau Veritas, Antonio Morillas.



La Cámara apoya la Shopping Night de Centro Córdoba

El presidente de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba, Ignacio Fernández de Mesa, acudió el pasado 21 de mayo para mostrar su apoyo a la presentación en las Tendillas de la tercera edición de la Shopping Night, que tuvo lugar el 6 de junio con la participación de más de 500 comercios del centro.

Esta acción en la que colaboró la Cámara se enmarca dentro de la línea de dinamización de Centros Comerciales Urbanos cuyo objeto es desarrollar acciones innovadoras en la prestación de servicios y promoción de Centros Comerciales Abiertos que está incluida en el Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista 2014 el cual comenzó el año pasado y para el que la Secretaría de Estado del Ministerio de Economía y Competitividad ha vuelto a confiar en las Cámaras de Comercio

para su ejecución en 2014 dados los excelentes resultados tanto a nivel nacional como autonómico del año anterior.

El desarrollo por parte de las Cámaras del Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista - cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional y la Secretaría de Estado de Comercio del Ministerio de Economía y Competitividad- se plantea a través de un conjunto de actuaciones cuyo objetivo es el fomento de la innovación empresarial, la modernización del punto de venta, el impulso a la capacitación del empresariado, el asociacionismo, la formación y la mejora de los espacios comerciales urbanos para ayudar a paliar la crisis que afecta al sector.

Las distintas líneas en las que participa la Cámara (diagnóstico punto de venta

e innovación comercial, dinamización de Centros Comerciales Abiertos y talleres formativos) las realizará hasta el próximo 28 de noviembre de 2014 y están dirigidas a autónomos y pymes cordobesas dadas de alta en la rama de actividad CNAE 2009 47- Comercio al Por Menor, excepto de Vehículos de Motor y Motocicletas / IAE 64, 65, 66.





La Cámara da a conocer el potencial agrícola de Alqueva

A los asistentes se les informó de los proyectos hidroagrícolas en los que poder invertir en esta zona portuguesa

La Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba y el Banco Espirito Santo celebraron el pasado 19 de mayo en la sede cameral el seminario “Invertir en el potencial agrícola en Al-

queva. Una oportunidad única a nivel europeo”.

El encuentro tuvo como objetivo dar a conocer a las empresas agrícolas, agroalimentarias y del sector turístico cordobesas el potencial agrícola de Alqueva, la mayor presa de agua de Europa Occidental y uno de los territorios europeos con más potencial de desarrollo sostenible y competitividad para los sectores agrícola y agroalimentario. Ha sido un acto para informar acerca de las oportunidades de inversión y emprendimiento en torno al embalse de Alqueva, en la zona del Alentejo (Portugal).

El presidente de la Cámara de Comercio de Córdoba, Ignacio Fernández de Mesa, destacó en el acto de apertura que “la Cámara tiene entre sus funciones básicas la internacionalización y el apoyo a la creación y la consolidación de las empresas y este seminario es un acto ante todo de apoyo a la internacionalización. Con este seminario hemos querido promover la recuperación de la inversión en

Alqueva, uno de los mayores proyectos hidroagrícolas de Europa. Es una zona que tiene grandes posibilidades de crecimiento y una de las ventajas para las empresas cordobesas es su proximidad con Portugal”. Además, lo acompañaron en la presentación el cónsul general de Portugal en Sevilla y presidente del Consejo Empresarial de Andalucía y Portugal, Jorge Monteiro, y el director territorial de Andalucía de Banco Espirito Santo, Carlos Carrasco.

Los ponentes fueron la doctora Celina Luis, de Espirito Santo Research, que presentó un estudio sobre los puntos fuertes de la agricultura en la zona de Alqueva, y el presidente de la EDIA (empresa responsable de la gestión de Alqueva), José Salema, que presentó el proyecto Alqueva. Ambos subrayaron que “en la actualidad, además del olivar que tuvo su auge hace unos años, hay muchas posibilidades en esta zona para nuevas producciones como las almendras, las cebollas, las granadas o el maíz”.



La Cámara colabora con la I Ruta del Comercio del Centro Comercial Abierto de Montoro



Del 6 al 8 de junio se celebró en Montoro la I Ruta del Comercio, organizada por el Centro Comercial Abierto de Montoro y su asociación de comerciantes ACOEP y cofinanciada a través de la Cámara de Comercio de Córdoba por el FEDER y la secretaría de Estado del Ministerio de Industria y Competitividad en el marco del Plan de Apoyo Integral a la Competitividad al Comercio Minorista 2014 (línea de dinamización de Centros Comerciales Urbanos).

La I Ruta del Comercio consistió en la realización de una ruta comercial abierta al público en la que participaron numerosos establecimientos comerciales de Montoro que ofrecieron sus productos a precios rebajados y, donde, a través de los pasaportes que se fueron entregando a todo aquel que lo solicitó, se realizó la ruta por los comercios participantes con precios rebajados pudiendo sellar su pasaporte por compra y premiando a todas las personas que completaron la ruta del comercio con un regalo.

INNOVACIÓN

La Unión Europea reconoce como "Buena Práctica" dos programas de las Cámaras

"Dinamización de Centros Comerciales Urbanos" y "Foros InnoCámaras" incorporan elementos innovadores, alto grado de cumplimiento de objetivos y adecuada difusión, según la Dirección General de Fondos Comunitarios

La Unión Europea, a través de la Dirección General de Fondos Comunitarios, ha reconocido como "Buena Práctica" a dos programas diseñados y puestos en marcha por las Cámaras de Comercio. Se trata del programa "Dinamización de Centros Comerciales Urbanos" y los "Foros InnoCámaras".

El programa de "Dinamización de Centros Comerciales Urbanos" enmarcado

dentro del Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista, que impulsa la Secretaría de Estado de Comercio del Ministerio de Economía y Competitividad, ha recibido el respaldo de la Unión Europea por incorporar elementos innovadores y por el alto grado de cumplimiento de los objetivos que en un inicio se habían marcado.

Las Cámaras de Comercio, a través de este programa y gracias a la cofinanciación de dicha Secretaría de Estado y del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), han realizado acciones innovadoras de promoción y dinamización en 23 centros comerciales de 8 Comunidades Autónomas -Andalucía, Castilla y León, Cataluña, Comunidad

Valenciana, Extremadura, Islas Baleares, Madrid y Melilla- y han apoyado a un total de 6.347 comercios localizados en estas áreas, mejorando su capacidad de competir.

- Centro Comercial Abierto Calles del Centro de Huelva.
- Centro Comercial Abierto de Linares (Jaén).
- Centro Comercial Abierto Jerez Centro Comercial (Cádiz).
- Centros Comerciales Abiertos Córdoba Centro, Montoro; Aco-ba-Baena, La Viñuela y Pozoblanco Ciudad de Compras.

de La RUBIA **RICOH**
tu socio tecnológico

**Oferta
en pago
por uso**

**Copiadoras
en alquiler
y renting**

Polígono Tecnocórdoba, parc. 61
14014 Córdoba

957 257 250



RICOH



Esta revista está impresa con la prensa digital PROC7501



La Cámara asesora a las empresas en la búsqueda de financiación con una plataforma pionera

www.aprendeafinanciarTE.com es una web gratuita para la financiación de pymes, autónomos y emprendedores. Diagnostica la situación económica-financiera de la empresa y propone recomendaciones

La Cámara Oficial de Comercio e Industria de Córdoba celebró el pasado 26 de junio en su sede la jornada de lanzamiento del programa "Aprende a FinanciarTE", para dar a conocer a las pymes, autónomos y emprendedores cordobeses las alternativas que pueden tener para lograr financiación.

La jornada sirvió para dar a conocer este servicio que consta de asesoramiento personalizado y una nueva plataforma gratuita www.aprendeafinanciarTE.com, cofinanciada por la Unión Europea a través del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (Feder) y a disposición de las pymes, autónomos y emprendedores que busquen la financiación que mejor se adapte a las características y necesidades de su negocio. Con esta plataforma, que diagnostica la situación económico-financiera de la empresa y propone recomendaciones, se integra en un mismo espacio toda la oferta de financiación pública y privada que existe en España para empresas y emprendedores, a la vez que ofrece herramientas de diagnóstico para conocer su situación financiera, el riesgo bancario o mejorar su posición negociadora con los bancos, a través del dossier bancario que pueden presentar directamente a la entidad. En sólo 20 minutos, facilita a los usuarios un dossier bancario para presentarlo directamente a la entidad financiera, si

optan por la financiación bancaria. La Cámara además asesora y acompaña al empresario o autónomo en todo el proceso.

La Cámara de Córdoba, junto con las demás Cámaras de Comercio andaluzas, es pionera en la puesta en marcha de esta iniciativa, que se extenderá, en breve, a todo el territorio nacional.

Desde 2008 se ha producido una importante contracción de la oferta de crédito. La falta de financiación afecta a todos los sectores de la economía, pero es más grave para pymes y autónomos, siendo además los más vulnerables. En España, el 80 % del crédito a las empresas proviene de la banca, mientras que el 20 % restante lo consiguen a través de la bolsa o de financieras privadas no controladas por los grandes grupos bancarios. En contraste con lo que pasa en otros países, sólo un porcentaje muy reducido de empresas (1,3 %) recurre a otros instrumentos alternativos de financiación ajena.

Consciente de todos estos problemas, la Cámara de Comercio de Córdoba quiere prestar este servicio a partir del cual muchos emprendedores podrían ir avanzando en sus retos de abrir un negocio.

La presentación de la plataforma corrió a cargo del economista jefe de Green Europe, Antonio Mestre, tras la apertura de la jornada, que la realizó el presidente de la Cámara de Comercio de Córdoba, Ignacio Fernández de Mesa, destacando que "pymes, autónomos y emprendedores necesitan conocer con claridad las distintas opciones y ofertas que ofrece el mercado bancario. www.aprendeafinanciarTE.com se convierte,

así, en una herramienta básica para la inversión empresarial y para que los proyectos o ideas de negocio se conviertan en realidad". También, recalcó que "el objetivo de este programa en Córdoba pasa por dar servicio a unos 2000 usuarios, que es la cifra de pymes, autónomos y emprendedores que está prevista que utilicen el nuevo programa y la plataforma gratuita en nuestra provincia". En la presentación también participaron el responsable del departamento de Innovación y Desarrollo Empresarial del Consejo Andaluz de Cámaras, Francisco Bellido, y la directora financiera del Consejo Superior de Cámaras, Mar Pérez.

A continuación, se trató sobre las diferentes opciones de financiación empresarial. Se impartieron unas ponencias sobre financiación pública por parte del Instituto Municipal de Desarrollo Económico y Empleo de Córdoba (Imdeec) y de la Agencia Idea y se desarrolló una mesa redonda sobre financiación bancaria moderada por Antonio Mestre, en la que participaron representantes de la Caixa, Cajamar y Santander. Para finalizar, hubo una ponencia sobre financiación no bancaria por parte de Inverem.

Durante la jornada, los técnicos de la Cámara asesoraron y ayudaron a los asistentes en el proceso de registro en la plataforma.

Toda la financiación a un golpe de click

El nuevo portal integra la oferta de financiación para pymes y emprendedores:

- Financiación pública: préstamos, subvenciones, ayudas e incentivos fiscales.
- Financiación privada: productos bancarios, Capital Riesgo y Redes de inversores privados (business angels)
- Nuevos mecanismos emergentes: Crowdfunding, Crowdlending y ayudas al Mercado Alternativo Bancario (M.A.B.)

El valor añadido: las herramientas

1. Autodiagnóstico Económico- Financiero (ANFI), informe personalizado de la salud financiera y contable de la empresa o negocio, porque contar con fuentes de financiación externas en las mejores condiciones depende de la capacidad financiera de la propia empresa y de cómo se gestionan las finanzas. Aprendeafinanciarte identifica distintos indicadores y si hay que mejorarlos, los expertos de las Cámaras de Comercio asesoran sobre los aspectos de mejora con el único fin de acceder a la mejor financiación.
2. Evaluación de Riesgo Bancario (ERBA)

ERBA es una herramienta de autoevaluación del nivel de riesgo de la pyme y de su aptitud para la obtención de financiación bancaria. A partir de un cuestionario que evalúa una serie de factores, el sistema realiza una evaluación genérica de riesgos y una calificación del crédito bancario, similar al que se obtendría a través de un modelo utilizado por las entidades de crédito.

3. Oportunidades de financiación (OFI)

En sólo 3 minutos, la pyme o el emprendedor tiene en su mano un informe individual de todas las oportunidades de financiación. Los datos son automáticamente analizados y el sistema propone todas las oportunidades que hay para obtener financiación, de acuerdo con el análisis de un equipo de expertos en financiación pública y privada.

4. Ranking Bancario

Listado de los mejores productos bancarios y que más se ajustan a las necesidades del usuario, en función de un sistema de valoración que ha sido diseñado por los expertos de las Cámaras.

5. Guías

La plataforma incluye una serie de guías, redactadas en un lenguaje claro y directo, con las que el usuario profundizará en los aspectos más relevantes de la gestión financiera de la pequeña empresa y del autónomo. “Las claves de la negociación bancaria”, “Cofinanciación con inversores privados”, “Gestión de la morosidad”, “Préstamos participativos” o “El Plan de Empresa” son algunos de los ejemplos más destacados de estas guías.





logo



Cada día es más importante tener una imagen que hable tan bien de tu empresa como lo haces tú.

En *papiro* podemos ayudarte porque además de ser un centro de impresión con la última tecnología, también somos agencia de publicidad.

Renueva la imagen de tu empresa

imagen corporativa + impresión. **390€**

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



300 tarjetas 2 caras laminadas
250 folios A4 papel 120 gr.
50 subcarpetas 300 gr.



diseño **logo**
diseño de **papelería**
imagen **redes sociales**

Ronda de los Tejares, 18 (pasaje a Reyes Católicos)

95 23 46 56

Número 11 | abril - mayo - junio 2014

papiro.es / info@papiro.es

