

Cámara

Málaga

2 Los Premios Excellence convierten a Málaga en centro neurálgico internacional del sector cruceros

3 Esfuerzo conjunto para potenciar la imagen de Málaga internacionalmente

4 El Ayuntamiento de Málaga y la Cámara renuevan el convenio para implantar el "Distintivo de Accesibilidad"

5 MálagaCon y la UMA se unen para traer nuevas candidaturas a Málaga

8 Vivero de emprendedores, quienes son Learn & Buckets y Élite Visión

10 Artículo: Un punto de partida para el nuevo marco de relaciones laborales (II/II)

**2010 AÑO DEL TURISMO SOSTENIBLE
DEL MEDITERRÁNEO**

**CÁMARA, CEM, DIPUTACIÓN Y PATRONATO DE
TURISMO FIRMAN UN ACUERDO PARA MEJORAR EL
POSICIONAMIENTO DE LA MARCA COSTA DEL SOL**

LOS PREMIOS EXCELLENCE CONVIERTEN A MÁLAGA EN CENTRO NEURÁLGICO INTERNACIONAL DEL SECTOR CRUCEROS

La ciudad de Málaga acogió el pasado día 18 de Febrero, por segunda vez consecutiva, la Edición Mediterráneo de los Premios Excellence de Cruceros 2010. Este evento ha reunido a más de ciento sesenta directivos y ejecutivos de las principales compañías navieras que operan en Europa, representantes de puertos de España y Europa, así como agencias de viaje, tour operadores, miembros de la comunidad portuaria y del sector turístico en general.



RAFAEL GARCÍA PADILLA HACE ENTREGA DEL GALARDÓN A PABLO ALONSO, VICEPRESIDENTE DE PULLMANTUR

La III Edición de los Premios Excellence de Cruceros está patrocinada por Málagaport, Patronato de Turismo de la Costa del Sol, Cámara de Comercio de Málaga, RENFE-AVE, Cajasol, Turismo de Canarias, Intercruises y Logitravel. Los premios, divididos en catorce categorías, son el resultado de una macro encuesta reali-

zada por Cruises News Media Group, a través de www.forodecruceros.com entre más de 4.200 cruceristas. Se trata, por lo tanto, de unos galardones pioneros no sólo en España, sino en toda Europa, y cuyos resultados son muy valorados por el sector, al tratarse de la opinión de los propios usuarios. El acto será presentado por el monologista malagueño Daniel Rovira.

Al evento, celebrado en la sede de Turismo Andaluz, acudieron los principales representantes de las instituciones patrocinadoras, entre los que se encontraba el vicepresidente primero de nuestra Cámara, Rafael García Padilla, que fue el encargado de entregar el galardón a la "Mejor Animación a Bordo 2009". Asimismo estuvieron presentes directivos de las compañías, Royal Caribbean, MSC Cruceros, Costa Cruceros, Pullmantur, Iberocruceros, Quail Travel, Cunard, Carnival Cruises, Norwegian Cruise Line, Holland America, Seabourn, o Silversea entre otras, además de presidentes y directivos de los puertos de Ceuta, Almería, Barcelona, Cádiz, Málaga, Motril, Cartagena, Castellón o Baleares, la Asociación de Puertos Andaluces de Cruceros Sun-cruise y Canary in the Atlantic Island, que engloba a los puertos canarios y portugueses. A nivel internacional la asistencia de representantes del sector de Malta, Venecia, Dubronik, Split, Livorno, Turquía, Croacia, Gibraltar, Reino Unido o Alemania respalda la proyección y reputación de este evento fuera de nuestras fronteras.

Como novedad para esta edición, también se desarrolló el Excellence Cruise Forum, cumbre internacional de conocimiento en el sector cruceros, que reunió a los más prestigiosos profesionales del sector a nivel nacional e internacional, en dos grandes

mesas redondas que analizaron las claves del sector a través de los principales directivos de compañías de cruceros y los representantes europeos del sector. El evento fue inaugurado por Enrique Linde, presidente de la Autoridad Portuaria de Málaga.

Los Premios Excellence de Cruceros 2010, han recaído en sus distintas categorías a: 1-Mejor Animación a Bordo 2009 para Pullmantur Cruises; 2-Mejor Tripulación a Bordo 2009 para Happy Cruises; 3-Mejor Compañía Turismo Fluvial 2009 a Croisieurope; 4-Mejor Compañía de Cruceros de Lujo 2009 a Silversea Cruises; 5-Mejor Barco 2009 a MSC Splendida; 6-Mejor Compañía de Cruceros Tipo Popular / Familiar 2009 para Royal Caribbean; 7-Mejor Compañía de Cruceros Tipo Premium 2009 para Holland America Line; 8-Mejor Itinerario del Año 2009 a Costa Cruceros (Dubai-Emiratos); 9-Mejor Imagen y Marketing 2009 a MSC Cruceros; 10-Mejor Puerto Internacional 2009 a Venezia - Malta; 11-Mejor Compañía de Cruceros Relación Calidad - Precio 2009 para Iberocruceros; 12-Mejor Puerto Nacional 2009 a Barcelona - Islas Baleares; 13-Mejor Destino de Cruceros 2009 a Croatia - Turkey; 14-Mejor Perspectiva de Crecimiento en próximos años a Celebrity Cruise, y, 15-Mejor Innovación a Bordo para Norwegian Cruises Line.

Además de los premios señalados, se otorgaron tres reconocimientos por parte de la organización, fuera de concurso, a: Premio CNMG Top 10 Promoción del sector, Patricia Castan, Periódico de Cataluña; Premio CNMG Defensa del Sector, European Cruise Council, y, Premio CNMG Apuesta por el mercado nacional, Royal Caribbean.

Para finalizar, se entregó un reconocimiento especial a la Estación Marítima de Levante del Puerto de Málaga, por su labor en el desarrollo y la gestión de infraestructura portuaria para cruceros.



ESFUERZO CONJUNTO PARA POTENCIAR LA IMAGEN DE MÁLAGA INTERNACIONALMENTE



La unión hace la fuerza, y eso, es lo que ha dado lugar a que en la sede del Excmo. Ayuntamiento de Málaga, se haya formalizado la firma de un Convenio Marco de colaboración para extender la imagen de Málaga en el ámbito internacional, suscrito entre el propio Ayuntamiento de la capital, la Cámara de Comercio de Málaga, la Confederación de Empresarios de Málaga, la Universidad de Málaga, el Parque Tecnológico de Andalucía y el Club Málaga Valley.

El objeto fundamental de este acuerdo, que se enmarca en el proyecto “Málaga: Open for Business”, y como se expone en el mismo, es el de la proyección internacional de la ciudad de Málaga en todos sus ámbitos, fundamentalmente en el empresarial, haciendo una especial incidencia en lo relacionado con las nuevas tecnologías, la innovación y la investigación, a fin de promocionar y posicionar a la ciudad como referente y atraer todas aquellas iniciativas empresariales y de negocio posibles en dichos terrenos.

En el acto de firma, estuvieron presentes el alcalde de Málaga, Francisco de la Torre Prados; el presidente de la Cámara de Comercio de Málaga, Jerónimo Pérez Casero; el presidente de la Confederación de Empresarios de Málaga, Vicente García Martín; el director de la OTRI de la Universidad, Víctor Fernando Muñoz Martínez; el director del Parque Tecnológico de Andalucía, Felipe Romera Lubias, y, el vicepresidente de Club Málaga Valley, Juan Soto Serrano.

El espíritu de este convenio, que viene avalado por el interés de todas las instituciones que lo suscriben en apoyar conjuntamente cuantas acciones y actividades

puedan desarrollarse, es el de difundir la presencia de Málaga en el ámbito internacional con una vocación claramente globalizadora.

En ese sentido, se marcan una serie de líneas generales de actuación que comprenden el citado desarrollo del proyecto “Málaga: Open for Business”, para dar a conocer la ciudad, estableciéndose una serie de intercambios entre las instituciones de información, conocimiento y proyectos, además de llevarse a cabo la formalización de convenios específicos para emprender colaboraciones concretas que favorezcan la consecución de los objetivos marcados.

Igualmente, en este mismo acto, la Oficina de Desarrollo Internacional presentó el logotipo de “Open for Business Málaga”, y se expuso cómo cualquier ciudadano podrá estar al tanto de cuantas actividades tengan lugar o participar en las mismas promociones de la ciudad, a través de las redes sociales en Internet, donde además, se ha creado una página Web: **www.OpenForBusiness.Malaga.eu**, en la que se puede obtener una amplia información sobre todo el desarrollo de este amplio e interesante proyecto.

3



EL AYUNTAMIENTO DE MÁLAGA Y LA CÁMARA RENUEVAN EL CONVENIO PARA IMPLANTAR EL “DISTINTIVO DE ACCESIBILIDAD”

Entregados los primeros Distintivos a establecimientos de Málaga



MOMENTO DE LA FIRMA DEL NUEVO CONVENIO ENTRE EL AYUNTAMIENTO Y LA CÁMARA



TREINTA Y NUEVE ESTABLECIMIENTOS RECIBIERON SU “DISTINTIVO DE ACCESIBILIDAD”

4

El Excmo. Ayuntamiento de Málaga y la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de la Provincia de Málaga, han firmado un nuevo Convenio de Colaboración entre ambas instituciones para la implantación del “Distintivo de Accesibilidad”, el cual viene a refrendar y a dar continuidad al firmado en el pasado año 2008.

En el acto de firma estuvieron presentes el alcalde de Málaga, Francisco de la Torre Prados; el presidente de la Cámara de Comercio, Jerónimo Pérez Casero, y el concejal del Área de Accesibilidad, Raúl López Maldonado.

El objetivo que se persigue con la colaboración de estas dos instituciones es el de difundir y sensibilizar sobre las condiciones de accesibilidad de comercios, establecimientos hoteleros y del sector turístico en general como agencias de viajes, restauración, etc.

En este mismo acto se hizo entrega de los primeros “Distintivos de Accesibilidad” a treinta y nueve establecimientos que han sido concesionarios del mismo durante el ejercicio 2009.

Las dos instituciones son conscientes de la necesidad de coordinar y aunar esfuerzos en el desarrollo de actividades y actuaciones de carácter social recogidas en el Plan Estratégico de Accesibilidad Universal de la ciudad de Málaga. En este sentido la disposición de ambas entidades para coordinar la ejecución de las acciones que hay que llevar a cabo en el ámbito de actuación del convenio firmado tienen como objetivo el contribuir al bienestar social de los ciudadanos y en concreto el que el empresariado malagueño preste un mejor servicio a todo aquel ciudadano que lo demande.

En una primera fase de ejecución del proyecto, se han encuestado unos mil quinientos establecimientos pertenecientes a los sectores mencionados y ubicados en el Centro Histórico y en la fachada litoral del municipio malagueño.

Con carácter previo a la encuestación, el personal adscrito al proyecto ha recibido formación específica relativa a la Ordenanza Reguladora de Accesibilidad en el Municipio de Málaga y a través de un cuestionario tipo se ha valorado si el establecimiento se adecuaba a la normativa vigente, concediéndose así el “Distintivo de Accesibilidad”.

Más información: Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de la Provincia de Málaga - Área de Servicios a Pymes y Autónomos (C/ Cortina del Muelle, 23. 29015 Málaga - Tel. 952 21 16 73/75 Ext. 242 - E-mail: sonia.jurado@camaramalaga.com - www.camaramalaga.com)



PRÓXIMOS CURSOS ESCUELA DE FORMACIÓN EMPRESARIAL

- ▶ ALTA EFICIENCIA COMERCIAL
- ▶ E-COMMERCE
- ▶ EXPERTO EN INNOVACIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL
- ▶ CURSO SUPERIOR DE DIRECCIÓN DE ALTO RENDIMIENTO 3.0
- ▶ EXPERTO EN CONTROL Y VIGILANCIA DE LA CONTAMINACIÓN DE ALIMENTOS
- ▶ EXPERTO EN SISTEMAS TÉCNICOS DE REALIZACIÓN
- ▶ MASTER EN CONSULTORÍA DE EMPRESAS
- ▶ MASTER EN PUBLICIDAD CREATIVA
- ▶ MASTER EN DIRECCIÓN Y ORGANIZACIÓN DE RECURSOS HUMANOS
- ▶ MASTER SEMI-PRESENCIAL EN GESTIÓN AMBIENTAL

Tu formación empresarial en la Cámara ... mejora tu empleabilidad.



y además ... Bolsa Activa de Empleo, Perfil de empleabilidad de los alumnos e Itinerario para incremento de la tasa de empleabilidad.

MÁLAGACON Y LA UMA SE UNEN PARA TRAER NUEVAS CANDIDATURAS A MÁLAGA

Se inicia una nueva andadura en el proyecto MálagaCon: Congresos Contigo que tantos éxitos ha cosechado



El pasado día 17 de febrero, en el Rectorado de la Universidad de Málaga, la gerente del Patronato Provincial de Turismo de la Costa del Sol, Ana Gómez; el presidente de la Comisión de Turismo de la Cámara de Comercio de Málaga, Antonio García del Valle; el concejal de Turismo del Ayuntamiento de Málaga, Elías Bendodo; la rectora de la Universidad de Málaga, Adelaida de la Calle; y Francisco Barrionuevo, presidente del Consejo Social de la Universidad, presentaron en rueda de prensa una nueva etapa de la campaña MálagaCon: Congresos Contigo.

Tras la rueda de prensa tuvo lugar una reunión de trabajo técnica entre los responsables del MálagaCon y el equipo de gobierno y decanos de la UMA y un posterior almuerzo de trabajo. En el plan de acción del 2010 se contempla, asimismo, la realización de un acto con la UMA para seguir avanzando en este trabajo conjunto.

Este proyecto, con un año y medio de andadura impulsado por los Convention Bureaux de la Costa del Sol y del Ayuntamiento de Málaga con el apoyo de otras instituciones como Turismo Andaluz y la Cámara de Comercio, tiene como principal objetivo potenciar la marca Málaga capital como un destino preferente para la celebración de congresos, convenciones, jornadas, etc.

Durante estos meses se ha puesto de manifiesto lo beneficioso que ha resultado para Málaga la unión institucional con el fin sensibilizar a los profesionales con capacidad para traer negocio a nuestra ciudad.

Junto a las instituciones, se creó en un principio una mesa de trabajo constituida por representantes del sector público y privado. Entre sus miembros destaca la Universidad de Málaga, por su enorme potencial para traer congresos a la ciudad.

Además, la UMA ha demostrado un alto grado de implicación en las acciones desarrolladas por la campaña MálagaCon: desde sus comienzos, contando con notables infraestructuras para la celebración de congresos (Rectorado, Aula Magna de la Facultad de Derecho, etc.).

El objetivo de esta nueva andadura junto a la Universidad es mantener una continuidad en los encuentros con los distintos departamentos de la misma con capacidad de celebrar congresos tanto regionales, como nacionales e incluso internacionales, conscientes de las buenas relaciones en este ámbito por parte de los profesores de nuestra universidad.

En un principio, la campaña se enfocó al sector médico, visitándose a más de sesenta jefes de servicios de hospitales tanto públicos como privados. Como fruto de estas visitas destacan las más de 35 candidaturas a las que Málaga se ha presentado.

Además, junto al trabajo realizado con este sector en la primera etapa, se realizaron algunas visitas a la Universidad, como al Centro de Documentación junto al que se preparó una candidatura para el congreso FESABID (La Federación Española de Sociedades de Archivística, Biblioteconomía, Documentación y Museística), que atraerá a participantes internacionales y que finalmente se celebrará en Málaga en el año 2011.

También hay que mencionar el trabajo realizado con algunos profesionales médicos del hospital Clínico Universitario, concretamente con el departamento de Microbiología que celebrará su congreso en Málaga a finales de año.

Cámara, CEM, Diputación y Patronato de Turismo firman un acuerdo para mejorar el posicionamiento de la marca Costa del Sol



El pasado día 3 de marzo, tuvo lugar en la sede del Patronato de Turismo de la Costa del Sol, la firma de un protocolo de intenciones entre la Cámara de Comercio de Málaga, la Confederación de Empresarios de Málaga, la Diputación Provincial de Málaga y el Patronato de Turismo de la Costa del Sol, con el objetivo de llevar a cabo un programa de actuación conjunta denominado “2010 Año del Turismo Sostenible del Mediterráneo”.

En el acto de firma, estuvieron presentes Salvador Pendón Muñoz, presidente de la Diputación Provincial y del Patronato de Turismo; Jerónimo Pérez Casero, presidente de la Cámara de Comercio

de Málaga; y Vicente García Martín, presidente de la Confederación de Empresarios de Málaga, quienes coincidieron en exponer la oportunidad de esta iniciativa como impulso que para que otros agentes económicos e instituciones se sumen a la misma, para lograr que la Costa del Sol sea todo un referente turístico en el Mediterráneo.

Salvador Pendón manifestó que “en la Costa del Sol se hace aún más necesaria la presencia del criterio de sostenibilidad, debido a la imagen de devoradora que se proyectó en el pasado”, y puntualizó que los turistas que nos visitan demandan destinos “más sostenibles”.

De esta forma, indicó Salvador Pendón, se trata de elevar el número de turistas gracias a este “modelo sostenible de desarrollo”, modelo que venga a garantizar un uso más racional de los recursos que utilizan la todos los agentes implicados en el sector turismo, implicando para ello el uso de las nuevas tecnologías en este desarrollo.

El presidente de la Cámara, Jerónimo Pérez, quiso resaltar en sus palabras la necesidad de aunar esfuerzos entre todos, indicando que “la unión hace la fuerza” y precisamente así se ha “desarrollado conjuntamente una estrategia de posicionamiento para que nuestra provincia se convierta en referente del sector turístico en el Mediterráneo”.

De esta forma, expuso Pérez Casero, como el objetivo de este acuerdo es el de “sensibilizar sobre la realidad turística y los cambios que se suceden en el entorno y en la sociedad, profundizándose muy especialmente en la manera en que toda esta evolución afecta al conjunto del sector”.

Por su parte, Vicente García Martín, puso de manifiesto la necesidad de adaptar y mejorar los servicios que se prestan en relación a los cambios que se están produciendo, tanto en la oferta como en la demanda del mercado turístico, haciendo hincapié en prestar de forma conjunta cuantos apoyos sean necesarios al sector, buscando con ello que nuestra provincia, sea un ejemplo turístico a nivel internacional,

sobre todo, porque “por su dinamismo, su diversificación y su desarrollo cultural y tecnológico” se configura como un lugar idóneo para atraer más turistas cada día.

La Cámara de Comercio de Málaga se ha querido volcar muy especialmente en este año 2010, dedicándolo exhaustivamente

6



ENIBLE DEL MEDITERRÁNEO

al turismo, para que siga siendo ese motor esencial de la economía, no sólo a nivel provincial, sino a niveles regional, nacional e internacional, sobre todo en el ámbito mediterráneo.

La Cámara y la Confederación de Empresarios de Málaga, en el marco del principio de unidad de acción que suscribieron, han desarrollado conjuntamente una estrategia de posicionamiento para que nuestra provincia se convierta en referente del sector turístico en el Mediterráneo.

Con este objetivo, se han puesto en marcha iniciativas como el Centro Euromediterráneo de Conocimiento, Innovación y Formación Turística, proyecto apoyado por la Asociación de Cámaras del Mediterráneo y por la Organización Mundial del Turismo, que busca fomentar el desarrollo de los destinos turísticos en este ámbito.

Otra muestra de esa preocupación que siente la Cámara hacia este sector, ha sido el de continuar ostentando la presidencia de la Comisión de Turismo de ASCAME, o la próxima organización en nuestra ciudad del Foro Mediterráneo de Turismo, Meditour 2010.

Por ello, aunando esfuerzos entre instituciones y entidades, se ha firmado este convenio en el que se acuerda llevar a cabo un programa de actuación conjunta denominado “2010 Año del Turismo Sostenible del Mediterráneo”.

Así, este acuerdo, tiene por primer objetivo sensibilizar sobre la realidad turística y los cambios que se suceden en el entorno y en la sociedad, profundizándose muy especialmente en la manera en que toda esta evolución afecta al sector turismo y, sobre todo permita un mejor posicionamiento de la marca Costa del Sol.

Para ello, se han marcado la realización de una amplia serie de eventos, entre los que cabe destacar:

1. El Foro Intelitur, que tendrá lugar el próximo día 16 de Marzo.
2. La puesta en marcha de la Plataforma Territorial de desarrollo de recursos avanzados para el posicionamiento competitivo de las empresas auxiliares de la industria turística y de servicios de Andalucía.

3. La ya citada organización de MEDITOUR 2010.

4. La ejecución y promoción de la iniciativa ETINET, presentada por la Cámara de Málaga al programa europeo Invest in Med, que tiene como objetivo el aumento de los flujos comerciales y de inversión en el Mediterráneo, todo ello a través de la publicación de dos estudios: “Turismo Náutico” y “Turismo Cultural” y la organización de dos B2B dirigidos a ambos sectores, así como la realización de un Taller de Inversiones Turísticas del Mediterráneo.

5. La organización del Workshop de Turismo Idiomático durante el desarrollo de la Feria Internacional de Turismo Cultural y City Break.

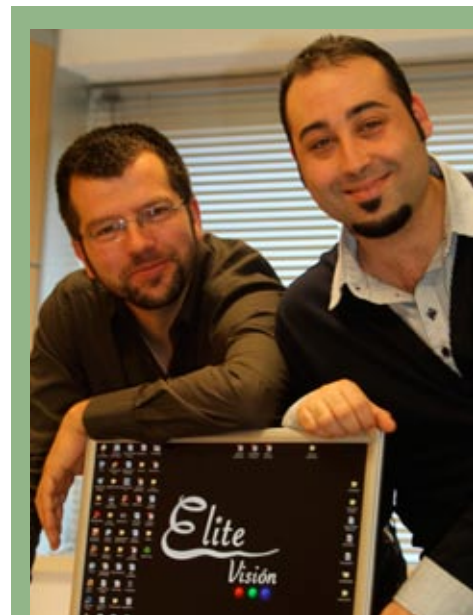
6. Así como la presentación de los estudios de “Turismo de Belleza y Salud” y el de “Responsabilidad Social en el Sector Turístico”.

Todo este programa tendrá como punto culminante, la citada celebración de la Feria de Turismo del Mediterráneo, MEDITOUR, encuentro internacional promovido por la Asociación de Cámaras de Comercio del Mediterráneo (ASCAME), cuyo objetivo es el fomentar el turismo en los países ribereños del Mediterráneo, buscando conservar el liderato mundial como destino más visitado y para ello, se presentará la marca de “Turismo Mediterráneo”, a fin de distinguir y competir con otros destinos internacionales, como pueden ser el Caribe. Todo esto, bajo un modelo sostenible de desarrollo, para cuyo fin se llevará a cabo una Declaración de Turismo Sostenible en el Mediterráneo, avalada por todas las Cámaras de Comercio pertenecientes a ASCAME.

A la par de todo esto, desde la Cámara de Comercio de Málaga, como viene exponiendo desde hace tiempo, quiere hacer una llamada de atención sobre la necesidad de trabajar de forma aunada entre todos los agentes implicados, por lo que estos proyectos se encuentran totalmente abiertos a la participación de cuantas administraciones, instituciones o entidades quieran sumarse y participar, siempre en beneficio de los sectores productivos de nuestra provincia.



Continuando con nuestro recorrido por las empresas instaladas en el Vivero Galia, hoy traemos a nuestras páginas dos nuevos proyectos liderados por unos ilusionados emprendedores, como son “Centro de Formación Avanzada y Desarrollo Organizacional Learn & Buckets”, dedicada a la formación continua on-line a empresas, y, “Elite Visión”, productora de contenidos audiovisuales especializada en animación, cuyos creadores nos van a contar como ha sido la experiencia de su puesta en marcha.



LEARN & BUCKETS



Como todos los inicios, el de Learn & Buckets también fue difícil. Decidí comenzar sola y, aunque venía de trabajar como directora en una empresa de formación continua, no tardé en descubrir que no es lo mismo dirigir que ser la gerente de una empresa: forma jurídica, búsqueda de capital, etc. Todo un mundo hasta ahora desconocido para mí y que suponía

los cimientos de esta casa.

Pasé bastante tiempo leyendo, informándome, etc. Visite cámaras, asociaciones, asesores,... En busca de ayuda e información sobre ‘cualquier cosa’, de ahí saqué la segunda conclusión: cuando estás empezando nadie te ayuda. No obstante no me rendí, fui haciendo lo que ya sabía y esperando aprender lo demás.

En este punto, fue cuando encontré el curso de INCYDE, tras leer los objetivos no dudé en solicitarlo. Cuando me llamaron, parecía que hubiese llegado ‘mi oportunidad’. El curso fue estupendo, sin ahondar demasiado en nada, te dota de los conocimientos necesarios para, cuanto menos, no estar perdido, saber

por donde empezar o de qué te hablan los asesores, los bancos, las instituciones del Estado, etc. Cosas que no parecen importantes pero que cuando careces de ellas, las hechas en falta. Además, las personas que imparten el curso te aportan ideas y te hacen pensar en cuestiones que en principio jamás habrías tenido en cuenta, lo cual es una ventaja: pierdes menos tiempo corrigiendo errores que otros ya han cometido.

En este mismo curso hay una parte de tutorías, desde mi punto de vista, la mejor. Te hace sentir seguridad con respecto a tu proyecto: lo expones a expertos, lo evalúan, te ayudan, te redireccionan, etc. Cosas a las que no todos tienen acceso, pequeñas ventajas con las que partes, miedos que se disipan.

Tras realizar el proyecto regresé a casa, donde había situado mi empresa, y comparé lo que había hecho con lo que ‘debería haber hecho’ de haber sabido lo que ahora sabía. Lo tuve claro: paré la actividad y replanteé la empresa de nuevo, la idea estaba clara: una empresa de Formación Continua que no sólo formase en contenidos, sino en la adquisición de competencias a distancia, la forma de llevarla a cabo no tanto.

En un par de meses y tras algunos trámites logré una oficina en el Vivero de Empresas Galia, y ya con mi plan más claro, recomencé la actividad: el entorno, los servicios, etc. Todo en general hace que sea algo más fácil, un lugar donde comenzar a un precio que un emprendedor puede asumir, ojalá hubiese podido tenerlo desde el principio.

A finales del año pasado se incorporó el primer trabajador, tener un lugar físico y un puesto de trabajo completo era importante, y lo tenía; así mismo, Internet, teléfono, fax... Servicios vitales para desarrollar nuestra actividad: trabajamos a través de teléfono, plataformas de e-learning, videoconferencias y reuniones virtuales, no podemos ofrecer nuestros cursos sin un soporte seguro de Internet y teléfono, ahora lo tenemos todo y podemos garantizar el servicio, algo muy importante para nosotros.



ELITE VISIÓN

Elite Visión es una empresa joven que viene funcionando con fuerza desde marzo de 2008. La formamos tres socios, Miguel Jiménez Flores e Isaac Arrufat Jiménez, ambos titulados en producción y dirección de series de televisión, y Cristóbal Olmedo Camuñas,

licenciado en Derecho.

Nuestra actividad empresarial consiste en la realización y producción de contenidos audiovisuales, principalmente temas relacionados con la animación en todos los formatos, es decir, proyectos menudos, como mini series, medianos como series para televisión y grandes proyectos como películas de larga duración para salas de proyección.

Desde un primer momento, en la creación y en enfoque de estrategia comercial, hemos sido apoyados por la Cámara de Comercio de Málaga, aportándonos conocimientos e infraestructuras. Miguel y Cristóbal hicieron un curso INCYDE patrocinado por el fondo social europeo y el Instituto de la Juventud (Control y gestión de presupuestos, formas jurídicas (jurídico-fiscal), marketing de empresas, Internet y comercio electrónico, comunicación, RRHH/laboral, calidad y medio ambiente, arquitectura interiores y finanzas). Este curso nos ayudó a enfocar mejor nuestro plan de empresa.

Tras finalizar el curso INCYDE, solicitamos un despacho en el Vivero de la Cámara en el Edificio Galia. Tras revisar nuestra solicitud y plan de empresa nos concedieron este espacio. Además del despacho, podemos utilizar la sala de reuniones común a la hora de preparar proyectos con nuestro equipo de profesionales (creativos y guionistas, dibujantes, músicos...).

Estamos trabajando en varios proyectos. El más avanzado es una serie de animación 2D: "1 MÁS", para un público joven-adulto. Esta historia narra las aventuras y desventuras de *Hosías*, un africano de Costa de Marfil que es campeón del mundo de surf. Vive acomodadamente en su país y sus compatriotas lo ven como un ídolo. Todo le va bien hasta que, haciendo surf, tiene un accidente con un delfín y se queda varios días aferrado a su tabla a la deriva. Un cayuco, cuyo destino era Lanzarote, lo recoge evitando su muerte pero, debido al sobrepeso, la nave queda condenada al naufragio. Si no fuera por la Guardia Civil todos estarían ahogados. Los agentes españoles acogen a los africanos como refugiados y, aunque *Hosías* se opone a ser ayudado (explicando su situación), los números de la benemérita no le prestan ni la menor atención. Una cosa lleva a la otra y, cuando nuestro protagonista quiere darse cuenta, se ve destinado en un pueblo llamado "Villacabrilla". Y éste es el escenario donde transcurren todas las aventuras de este proyecto llamado "1 MÁS".

NUEVA CONVOCATORIA DEL PROGRAMA DE APOYO A LA CREACIÓN DE EMPRESAS POR INMIGRANTES



El Programa de Apoyo al Autoempleo y a la Creación de Empresas por Inmigrantes, está promovido por el Ministerio de Trabajo e Inmigración y el Consejo Superior de Cámaras de Comercio junto con las Cámaras de Comercio. Tiene como objetivo sensibilizar a los inmigrantes extracomunitarios y su entorno hacia el autoempleo y la actividad empresarial. Es un instrumento eficaz para la creación y consolidación de empresas lideradas por inmigrantes. El programa cuenta con el apoyo financiero del Fondo Social Europeo.

El Programa de Apoyo al Autoempleo y a la Creación de Empresas por Inmigrantes está diseñado para apoyar las iniciativas de inmigrantes con inquietud emprendedora, en cualquier fase de su proyecto, tanto en el inicio de la idea empresarial como en su puesta en marcha y consolidación.

INFORMACIÓN DE LOS GABINETES DE APOYO TÉCNICO:

Información y asesoramiento, orientación empresarial y servicio on-line de información y asesoramiento.

El Programa dispone de un servicio de información y asesoramiento on-line (www.e-inmigrantes.net) que responde en breve espacio de tiempo y de forma personalizada, a las cuestiones que sobre gestión empresarial puedan formular los inmigrantes. Posibilidad de realizar consultas mediante correo electrónico:

inmigrantes@camaramalaga.com

Punto de Información: **Cámara de Comercio de Málaga**, C/ Cortina del Muelle, 23 – 29015 Málaga. Tlf. 952 21 16 73 / 75.

inmigrantes@camaramalaga.com

UN PUNTO DE PARTIDA PARA EL NUEVO MARCO DE RELACIONES LABORALES (II/II)

Antes de preguntarnos qué tenemos que cambiar para tener unas relaciones laborales modernas y alineadas con los tiempos actuales y de futuro, o mejor, para poder acertar en las reformas, deberíamos de aceptar todos (Gobierno, empresarios, trabajadores) y la sociedad en su conjunto, los siguientes principios:



1. EL RECONOCIMIENTO DEL CAPITAL HUMANO COMO VENTAJA COMPETITIVA DE LA EMPRESA

En el siglo pasado, de los tres elementos básicos de toda empresa (materias primas, capital y mano de obra) el recurso más abundante era la mano de obra, ya que su aporte a la empresa era principalmente físico, de ahí que Ford dijera *“¿por qué cuando pido dos brazos para trabajar me mandan también una cabeza?”*

Éste planteamiento generó durante todo el siglo XX, las relaciones laborales anteriormente descritas y que partían del principio de que la ventaja competitiva de una empresa estaba en sus bienes tangibles.

Con la Revolución Tecnológica de finales de siglo y la llegada de lo que conocemos como “la era de conocimiento” la “mano de obra” se transforma en “capital humano” ya que no sólo aportan su fuerza de trabajo sino que también aportan su inteligencia, y por ello el Banco Mundial dijo en 1996 que “en el presente siglo la ventaja competitiva de una empresa estará, principalmente en su capital humano”.

Esta nueva situación, por fuerza, ha de generar unas nuevas relaciones laborales, de hecho ya se están generando a nivel individual y aquel trabajador que sabe que aporta a la empresa no sólo su capacidad física sino que también su capacidad intelectual, pide a cambio unas relaciones laborales mejores. Al conjunto de todas estas individualidades, es a lo que actualmente se le llama “clases creativas”, por lo que es un papel primordial de las empresas que la totalidad de sus trabajadores formen parte de esas clases creativas.

2. EL RECONOCIMIENTO DEL IMPORTANTE PAPEL DEL EMPRESARIO COMO GENERADORES DE RIQUEZA Y EMPLEO

Frente al empresario como enemigo a batir en la teoría de la “lucha de clases” del siglo pasado, es fundamental que la sociedad en su conjunto, entienda el importante papel que el empresario juega en un sistema capitalista de producción de bienes y servicios, ya que sólo el empresario con su visión del negocio y su capacidad de liderazgo genera riqueza y empleos productivos.

Por ello, han de cesar los ataques sistemáticos que desde partes de la sociedad, se dirigen contra la clase empresarial ya que estos ataques, ponen en peligro no sólo, las empresas del presente sino también, las del futuro. Si desanimamos a las generaciones futuras que asuman tan importante papel social estamos cercenando las posibilidades de creación de nuevas empresas. Ante este nuevo panorama social, los sindicatos están redefiniendo su papel, avanzando en el dialogo social, la concertación y abandonando la lucha de clases.

Las empresas como organizaciones productivas de bienes y servicios, para un mercado en libre competencia han de actuar, si quieren sobrevivir, con criterios de eficacia (haciendo las cosas bien) y de eficiencia (haciendo las cosas al menor coste posible).

El cumplimiento de estos dos principios fundamentales para la pervivencia de la empresa, obligan al empresario a tomar decisiones continuas en las que, puede acertar o puede equivocarse, y la sociedad ha de aceptar: que es su papel, que lo hace lo mejor que se sabe y puede, y que los errores son humanos. Por todo lo anterior hay que reconocer su papel social y dignificarlo, y nada de lo dicho hasta ahora decae porque algunos empresarios actúen ilícitamente pues en todas las profesiones y actividades humanas existen personas que abusan de su condición o posición.

3. LA INCORPORACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO EJE DE LA CULTURA EMPRESARIAL

Dado el papel central que la sociedad actual le debería otorgar al empresario, éste ha de ser consciente de la responsabilidad que asume, pues su labor no sólo le afecta a él sino que también afecta al conjunto de la sociedad en la que se enmarca, con la que interactúa en la toma de decisiones diarias.

Atendiendo al impacto de sus decisiones se han definido tres grandes áreas de responsabilidad empresarial.

1. **El Área interna:** compuesta por trabajadores, accionistas y proveedores de la empresa, dónde el empresario ha de actuar en sus relaciones, sobre el principio de «ganar-ganar» por lo que la toma de decisiones, una vez cubierto los principios de eficacia y eficiencia se ha de regir por la mejora de los colectivos que contribuyen al éxito empresarial.
2. **El Área Externa:** la sociedad en la que se encuadra, a la que sirve y de la que se sirve, compuesta por clientes, políticos y sociedad civil en su conjunto, a la que ha de entregar parte del beneficio que de ella obtiene, aunque sólo sea como justificación de su propio beneficio y/o contribución a la paz social.
3. **El Área Medio Ambiental:** pues la obtención de recursos materiales para la empresa no puede basarse en la esquilma de los mismos, por ello, las decisiones empresariales también tienen que tener presente la sostenibilidad de los recursos naturales, pues ya todos somos conscientes de que la era industrial, si bien es cierto que ha traído un gran desarrollo social y la mejora de amplias capas sociales, también es cierto que ha producido el mayor impacto sobre el planeta que el ser humano ha ocasionado jamás. Por ello tenemos que evitar y reducir sus consecuencias negativas, y nuestro objetivo ha de ser siempre dejar un mundo mejor que el que nos encontramos a las generaciones futuras.

4. LA CALIDAD LABORAL EN EL EMPLEO COMO MATRIZ DE LAS NUEVAS RELACIONES LABORALES

Si empresarios y trabajadores desarrollamos un tercio de nuestra vida en entornos de organizaciones empresariales, donde aportamos todas las capacidades físicas e intelectuales para generar bienes y servicios, sobre los principios de eficacia y eficiencia, parece evidente que dichos entornos han de ser de calidad como los productos que generamos, pues difícilmente se puede generar buenos productos en entornos asfixiantes.

La calidad laboral se convierte así en elemento esencial de nuestra calidad de vida, ya que el trabajo nos ocupa al menos 8 horas diarias. Para evaluar la calidad laboral, la Unión Europea ha fijado 10 parámetros o ítems que sirven para medir dicha calidad y que son:

1. Calidad intrínseca al puesto de trabajo
2. Habilidades y aprendizaje continuo de los trabajadores
3. Igualdad de género
4. Salud y seguridad en el trabajo
5. Flexibilidad y seguridad en el trabajo
6. Inclusión y acceso al mercado de trabajo

7. Organización del trabajo y equilibrio con la vida cotidiana
8. Diálogo social
9. Diversidad y no discriminación
10. Productividad del trabajo y desarrollo económico general

Parece claro que si sabemos cómo evaluar la calidad laboral, toda reforma de la negociación colectiva ha de ir encaminada a implantar, mejorar y desarrollar los parámetros con los que mediremos la calidad laboral en nuestras empresas.



5. LA APLICACIÓN DEL PRINCIPIO DE «GANAR GANAR» COMO FIN DE TODA NEGOCIACIÓN COLECTIVA

Asumidos los anteriores principios, este último es una conclusión evidente, pues si la negociación colectiva, como fuente del derecho laboral, establece el marco en el que los trabajadores y empresarios desarrollan su actividad diarias en el seno de la empresa, siendo la empresa la proveedora de bienes y servicios para la sociedad, teniendo que hacer éstos con eficacia y eficiencia, generando empleos de calidad y asumiendo una responsabilidad empresarial que beneficie a los clientes externos e internos y al Medio Ambiente, parece claro que cualquier negociación colectiva que no se oriente, establezca y desarrolle sobre el principio de «ganar-ganar» estará enfocada desde el principio de «perdemos todos».

Superada ya la «lucha de clases» el objetivo de una negociación no puede ser, limitar la capacidad de liderazgo o toma de decisiones del empresario, ni el establecer mejoras laborales que atenten al principio de producción con eficacia y eficiencia.

El objetivo de toda negociación colectiva ha de ser, desarrollar los 10 parámetros de la calidad laboral en la empresa que permita un entorno productivo adecuado, donde producir bienes y servicios que tengan ventajas competitivas, nos aseguren poderlos colocar en el mercado, teniendo en cuenta la libre competencia y la responsabilidad social empresarial.



UN MOMENTO CRÍTICO PARA LA ECONOMÍA ANDALUZA

Hace unos días tuvo lugar en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de nuestra Universidad la conferencia del profesor Francisco Ferraro García, catedrático de Economía Aplicada de la Universidad de Sevilla, con el título: “Un momento crítico para la economía andaluza”. Esta conferencia se inscribe en el III Ciclo de Conferencias de Política Económica, dentro de una colaboración entre la Cámara de Comercio de Málaga y la citada Facultad.



El profesor Ferraro fue secretario general de Economía de la Junta de Andalucía, así como director de la Universidad Hispanoamericana de la Rábida y presidente del Observatorio Económico de Andalucía. Actualmente es consejero del grupo de periódicos Joly y dirige el Anuario de Andalucía, que se ha convertido en una referencia en nuestra comunidad autónoma.

En su conferencia se refirió a la historia reciente de la economía andaluza, con un fortísimo crecimiento superior a la media nacional, que acaba bruscamente con la crisis. Destacó como este crecimiento se consiguió principalmente con aportación de mano de obra, sin ganancias de productividad, y con unos costes laborales al alza en el sector de la construcción. Asimismo, se caracterizó por un empleo público elevado, de alrededor del 17%, frente a la media española que era del 14%. Otra característica del crecimiento de Andalucía es que se basa en el consumo y la inversión, con mayores importaciones que exportaciones, lo que da lugar a un déficit de financiación de más del 16% del producto bruto. Esto se consigue equilibrar mediante transferencias (subsidios y financiación del resto del Estado), fondos europeos, endeudamiento externo, así como, en los años anteriores a la crisis, inversiones del exterior en vivienda y empresas.

Las consecuencias del freno a la actividad económica son conocidas, siendo su forma más dramática la destrucción de empresas y el paro que sigue a esta forma de crecimiento, que es imposible que pueda volver a darse en mucho tiempo. En efecto, en una economía altamente endeudada el consumo familiar no puede tirar de la economía; el consumo público está limitado por la reducción de ingresos; la inversión inmobiliaria está parada; no hay disponibilidad de crédito, sobre todo para la pequeña y mediana empresa; y el sector exterior está todavía débil para crecer a través de exportaciones.



Las propuestas del profesor Ferraro son muy drásticas, acordes con la gravedad que identifica en la situación económica. El sector público debe dar ejemplo de austeridad, tanto en la administración autonómica como local, reduciendo gastos que no sean estrictamente necesarios para realizar sus funciones básicas, y tiene que ganar en eficacia en la prestación de sus servicios. Los empresarios han de esforzarse en encontrar formas de organizar la actividad productiva adaptada a la nueva realidad, y los sindicatos deben ser conscientes de la difícil situación por la que atraviesa la empresa. La austeridad y el esfuerzo deben ser virtudes generales, sobre todo en lo que se refiere al consumo privado y los gastos sociales han de limitarse. De esta forma, la economía de Andalucía puede recuperar el crecimiento ganando competitividad, lo que permitirá reducir importaciones, aumentar exportaciones, atraer inversión, y siendo menos dependiente del consumo interno; en cualquier caso, la necesidad de tan elevada de financiación externa no puede mantenerse.

Esta conferencia fue seguida por numerosos alumnos, profesores y empresarios, desarrollándose a su finalización un interesante coloquio, el que se comentaron diversos aspectos de la disertación del profesor Francisco Ferraro.

12

@ámara Málaga

Edita: Cámara Oficial de Comercio,
Industria y Navegación de
la Provincia de Málaga.
C/. Cortina del Muelle, 23
Palacio de Villalcázar
29015 Málaga
Tel.: 952 21 16 73 / 5
Fax: 952 22 98 94
e-mail: gpress@camaramalaga.com
www.camaramalaga.com
Depósito Legal: MA-1504-98