

Cámara

Málaga

Programas Xpande y Xpande Digital

Las Cámaras ayudarán a 700 pymes
a salir al exterior en 2017

2 Participación de la Cámara de Málaga en MedaWeek 2016.

3 CIT Marbella entrega sus XVII Premios Empresariales.

4 Debate en la Cámara sobre la política comercial de la Unión Europea.

5 Foro CEVIPYME. La Cámara explica cómo rentabilizar los resultados de la innovación.

6 Nuestro Puerto, fundamental para el impulso económico provincial. Artículo de Jerónimo Pérez Casero.



Cambre de Comerç de Barcelona



Participación de la Cámara de Málaga en MedaWeek 2016

La ciudad de Barcelona ha acogido la X Semana Mediterránea de Líderes Económicos "MedaWeek", organizada por la Asociación de las Cámaras de Comercio e Industria del Mediterráneo, la Cámara de Comercio de Barcelona, la Unión por el Mediterráneo y el Instituto Europeo del Mediterráneo, entre los días 30 de noviembre, 1 y 2 de diciembre, bajo el lema "Necesidad de acción".

Esta edición de MedaWeek ha ofrecido una plataforma única para explorar las oportunidades de negocio de empresas competitivas, que generen empleo productivo y sostenible y que son consideradas como motores del crecimiento económico y el desarrollo regional. Durante el evento diversos foros han dado oportunidad de compartir las mejores prácticas y experiencias, proponer proyectos concretos y crear nuevas oportunidades de negocios.

Como quedó expuesto en la propia presentación de este encuentro, la región mediterránea está experimentando una amplia gama de transformaciones sociales, políticas y económicas de gran alcance y potencialidades económicas cada vez mayores. Sin embargo, a pesar de sus muchas oportunidades económicas, el Mediterráneo todavía tiene mucho por superar a niveles económicos, sociales y ambientales.

Entre los diversos foros celebrados cabe destacar el denominado "Meda Hospitality Forum", que representa uno de los eventos anuales más importantes de la agenda turística mediterránea y juega un papel importante en impulsar el sector de la hospitalidad en

la región, reuniendo a los principales hoteleros del Mediterráneo y expertos en hostelería, facilitando alianzas y colaboraciones, dando la oportunidad de discutir los principales retos de la misma y las innovaciones que impulsarán al sector y presentar soluciones e iniciativas en curso para hacer productos hoteleros y turísticos más sostenibles y exitosos.

En este marco, la Cámara de Comercio de Málaga, que ostenta la presidencia de la Comisión de Turismo de ASCAME, ha tenido una relevante participación en dos de las mesas de desarrollo.

En la titulada "El futuro de los sectores del turismo y la hostelería en la región mediterránea", dedicada a determinar las principales tendencias mundiales, regionales y locales en materia de seguridad, políticas económicas, sociales, tecnológicas, ambientales y legislativas, así como los comportamientos de los consumidores, participó como ponente el asesor de Turismo de la Cámara de Málaga, Antonio García Del Valle Gómez, mientras que en la mesa dedicada al "Comité de Alianza Sectorial", dentro del marco del Programa Euromed Invest, se trató sobre su implicación en el sector turístico, analizando cómo se han utilizado las herramientas y operaciones de EuroMed Invest para promover el sector del turismo, sus impactos y resultados, así como posibles iniciativas futuras en el sector turístico, centradas en la hospitalidad, con la intervención de la responsable del Área de Turismo de la Cámara de Málaga, Esther Martínez Reyes.



Arriba, Antonio García del Valle (a la derecha) en un momento de su intervención. Junto a estas líneas, mesa sobre el Comité de Alianza Sectorial, donde participó Esther Martínez.

CIT Marbella entrega sus XVII Premios Empresariales

El Centro de Iniciativas Turísticas de Marbella celebró la XVII edición de sus Premios Empresariales, que tuvo lugar en el Hotel Don Carlos Leisure Resort & Spa de Marbella, que reconocen públicamente al empresario o institución que hayan destacado en el ejercicio de su labor a lo largo del año.

En esta gala, en la que dieron cita unas trescientas personas, acudió una amplia representación de autoridades y empresarios, entre los que se encontraban el alcalde de Marbella, José Bernal; el delegado del Gobierno andaluz en Málaga, José Luis Ruiz Espejo; la secretaria general para el Turismo de la Junta de Andalucía, Susana Ibáñez; la delegada territorial de Cultura, Turismo y Deporte, Monsalud Bautista; el presidente de la Diputación Provincial, Elías Bendodo; el presidente de la Cámara de Comercio de Málaga, Jerónimo Pérez Casero, y el propio presidente del CIT Marbella, Juan José González.

Concretamente, los ganadores de este año han sido: “Premio Empresario” para el promotor inmobiliario Cristóbal Peñarroya, de Grupo Peñarroya; el “Premio Insitución” fue para la Casa Ronald McDonald de Málaga, y, el Premio Especial “Luis Cierco a la Promoción Turística de Marbella” ha correspondido a Manolo Santana.

En esta edición, el CIT Marbella ha contado como patrocinadores con la Cámara de Comercio de Málaga, la Diputación de Málaga, la Delegación de Comercio del Ayuntamiento de Marbella, la Mancomunidad de Municipios de la Costa del Sol Occidental, la Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía, La Zagaleta, Playas de Duque, Unicaja, el Grupo Peñarroya, el Instituto Internacional de Idiomas, el Hospital Vithas Xanit Internacional, Mena Seguros, Escuela de Alta Dirección Hotelera Les Roches, Clínica Buchinger, Clínica del Río, Puerto José Banús, Hidralia



Arriba, los galardonados (en el centro) con el alcalde de Marbella y el Presidente del CIT. Abajo, reconocimiento a los patrocinadores, entre los que se encontraba el presidente de la Cámara, Jerónimo Pérez Casero.

Gestión Integral de Aguas, Casino Marbella, Frutas Eladio, Conformas, Grupo Peñarroya, Turkish Airlines, Berrocal Floristas y Exclusivas Soto.

Asimismo, han colaborado UHY Fay & Co, Guerrero Car, Specsavers Óptica Marbella, Laboratorio Aquafarma 2000, Gestoría Bocanegra, Ruiz Ballesteros Abogados y Asesores Fiscales, P4 Arquitectos, Ofiprint, Ideanto, Onda Cero Radio, Cope Marbella, Radio-TV Marbella, M95-TV Marbella, Diario SUR y Cadena Ser Marbella Costa del Sol.



Debate en la Cámara sobre la política comercial de la Unión Europea



El subdelegado del Gobierno, Miguel Briones (en el centro), junto a Jochen Müller y Andrés García Maldonado.

En la sede de nuestra Cámara, se ha celebrado un encuentro con el analista político de la Representación de la Comisión Europea en España, Jochen Müller, en el que han participado empresarios y directivos de importantes pymes de Andalucía, donde se han analizado los beneficios para las pymes de los acuerdos comerciales de la UE con terceros países (CETA o TTIP).

En el acto de presentación han participado el subdelegado del Gobierno en Málaga, Miguel Briones Artacho, el secretario general de la Cámara de Comercio de Málaga, Andrés García Maldonado, contándose igualmente con la participación de los empresarios Antonio Mediato, director de Airzone; y Paula García Casas, directora de exportación de O-Med Aceite de Oliva Virgen, que han contado las experiencias internacionales de sus respectivas empresas.

Andrés García Maldonado, secretario general de la Cámara destacó la importancia de estos encuentros donde las empresas pueden conocer las políticas comerciales de la UE y cómo pueden influir en sus estrategias de comercialización, recordando que la Cámara siempre estará abierta para estos eventos.

Por su parte, el subdelegado del Gobierno, Miguel Briones, quiso transmitir un mensaje hacia las empresas en el que destacó que “los esfuerzos del Ejecutivo en materia empresarial son muy claros: crecimiento en el número de empresas, promoción comercial y aumento del empleo”.

Jochen Müller ha explicado la política comercial de la Unión Europea y los tratados que se están negociando con terceros países. El objetivo del acuerdo sobre el TTIP es eliminar los aranceles y reducir las barreras para facilitar el comercio entre EE UU y la UE, que supone más del 40% del comercio mundial, sin bajar los estándares laborales, medioambientales y de protección al consumidor presentes en Europa.

Müller ha aclarado algunos asuntos críticos (como el llamado “fracking”) que han movilizado a la sociedad civil en contra del TTIP y que no son de su competencia, sino nacionales, y no son objeto de los acuerdos, al igual que los servicios públicos (como educación, sanidad o agua). El analista político ha animado a los asistentes a acceder a toda la información disponible al respecto. Ha destacado que “la calidad prima sobre la velocidad en estos acuerdos” para la Unión Europea. “Queremos unos acuerdos ambiciosos, que traten muchos sectores y problemas, que sean equilibrados y que respeten nuestras líneas rojas. Sin estas tres condiciones no va a haber acuerdos”, afirmó. Müller incidió en la importancia de potenciar el comercio exterior en España. “La crisis hubiera sido mucho más profunda sin las exportaciones”, señaló.

Este acto se ha celebrado en el marco de las actividades que la Comisión Europea lleva a cabo para acercar los acuerdos comerciales a la sociedad civil, a los sindicatos y a los empresarios de las distintas comunidades de España, con el fin de responder a la demanda de información y debatir sobre los acuerdos comerciales entre la UE y otros países

También han intervenido Antonio Mediato Martínez, director de Airozne quien señaló que “si no



hubiéramos sacado nuestros productos al exterior hoy no estaríamos vivos. La crisis económica en España fue muy dura. Cerrarse es un error”.

Por su parte, Paula García Casas, directora de exportación de O-Med Aceite de Oliva Virgen, destacó que “nos hemos encontrado con algunas barreras legales que con este acuerdo seguro mejorarían. Si toda la normativa estuviera regulada por el mismo criterio para nosotros sería mucho más fácil”.

Al término de la jornada, los asistentes pudieron trasladar preguntas a Jochen Müller y a los empresarios intervinientes sobre el bloqueo comercial a Rusia, la transparencia a la hora de elegir los jueces para los tribunales de arbitraje, la creación de un portal digital único para las pymes o el registro de patentes, entre otras.

Foro CEVIPYME

La Cámara explica a las empresas cómo rentabilizar los resultados de la innovación

Solo un 9 por ciento de las pequeñas y medianas empresas europeas son titulares de alguna de las modalidades de Derechos de Propiedad Industrial, ya sean marcas, patentes o diseños industriales. Sin embargo, la protección del diseño, las invenciones y los signos distintivos constituyen un elemento esencial en cualquier proceso de innovación.

Así lo señaló Alberto Salmerón, técnico de Empeñamiento de la Cámara de Comercio de España, en la jornada “¿Cómo rentabilizar los resultados de la innovación en mi empresa?”, celebrada en la sede de la Cámara de Comercio de Málaga y organizada por CEVIPYME (Centro de Apoyo a la PYME en materia de gestión de derechos de Propiedad Industrial, Intelectual e Innovación), una iniciativa conjunta de la Di-



Mónica Castilla recordó que las innovaciones técnicas (patentes y modelos de utilidad), las innovaciones de diseño y la identidad corporativa merecen ser protegidas. Así, se asegura la exclusividad del uso y comercialización evitando que terceros puedan utilizarlos sin el consentimiento del titular, además de enriquecer el patrimonio intangible de las empresas.

A continuación, el gerente de la empresa malagueña Prefabricados Metálicos Tafer, Antonio Fernández Martín, expuso el caso práctico “La gestión empresarial de la innovación y su comunicación”, en relación directa a esta firma fundada en 1971, dedicada a la fabricación de carpintería metálica y cerrajería artística, que cuenta con 59 diseños o dibujos industriales registrados.

Se refirió Antonio Fernández, a cómo han creado y registrado los productos en cada una de las etapas por las que su empresa, gracias a un trabajo constante y perseverante, ha pasado, desde unos difíciles comienzos, hasta constituirse en 1976 como sociedad anónima con la actual denominación, llegando a registrar de forma internacional la marca en 1987. Han efectuado diversas ampliaciones y actualmente disponen de fabricación propia de tubos ornamentales y forja artística, además de comercializar artículos de fundición decorativa y suministros industriales, vendiendo sus productos tanto en España como en el resto del mundo.

En el foro han intervenido igualmente los técnicos de la Cámara de Málaga, Juan Gutiérrez Campos y Sonia Jurado Díaz, quienes efectuaron una amplia exposición de los servicios que presta la misma, así como a una detallada serie de programas de innovación que se van a poner en marcha de forma inmediata, abriendo sus convocatorias en los próximos días.



rección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa, la Oficina Española de Patentes y Marcas y la Cámara de Comercio de España, con el apoyo del Fondo Social Europeo, para concienciar a las pymes de la necesidad y ventajas de proteger la Propiedad Industrial.

En su intervención, Alberto Salmerón, recordó que CEVIPYME ofrece, de forma gratuita, información, formación y asistencia a las pequeñas y medianas empresas que lo soliciten. La Cámara de Comercio de España, como parte de su acción en defensa, apoyo y promoción de la innovación de las empresas, se ha sumado a esta iniciativa y colabora con la misma a través de la red de 86 Cámaras locales.

La jefe del Área de Difusión, Comunicación y relación con la empresa de la Oficina Española de Patentes y Marcas, Mónica Castilla, señaló que durante 2015, último año completo del que existen datos, se llevaron a cabo 65.327 registros. El 75% fueron de marcas nacionales. Hubo, además, 7.475 registros de nombres comerciales, 2.882 de patentes nacionales, 1.927 de diseños industriales y 2.328 de modelos de utilidad.





Nuestro Puerto, fundamental para el impulso económico provincial

Por **Jerónimo Pérez Casero**

Presidente de la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de la Provincia de Málaga

Cuando hablamos de cómo favorecer el desarrollo de la economía malagueña son muchos los elementos o sectores a los que podríamos hacer alusión y/o analizar, pero hoy, quisiera detenerme en una infraestructura que tiene y juega un papel preponderante en ese desarrollo, como es el Puerto de Málaga, sobre todo, de cara a las exportaciones e importaciones de nuestras empresas a través de sus instalaciones.

Creo que estamos en unos momentos muy interesantes para que empresas e inversores conozcan la realidad de nuestro Puerto y la oportunidad de impulsar sus relaciones comerciales, así como la aportación que el mismo puede suponer para la mejora de su competitividad.

Debemos tener claro que el Puerto de Málaga es un elemento clave para el impulso económico, no solo de la ciudad, sino de toda la provincia y de su hinterland, es decir, de las provincias limítrofes y su zona de influencia.

Actualmente los principales tráfico de mayor relevancia para el Puerto de Málaga son el de cruceros y el tráfico de graneles, pero, un puerto como el nuestro debe contemplar diversas facetas dentro de su actividad, ya que, comercio y turismo no tienen por qué ser

contrapuestos, sino todo lo contrario, de esta forma se pueden complementar sus áreas de negocio, contando siempre, claro está, con las adecuadas instalaciones para ello.

El valor de Málaga radica en su situación estratégica y su potencial de conexiones internacionales. En ese entorno, el Puerto de Málaga cuenta con la suficiente capacidad para atender cualquier aumento de las exportaciones, sobre todo el que, poco a poco, están experimentando las empresas malagueñas.

Los últimos indicadores nos confirman que, a pesar de los años de crisis, el puerto recupera terreno. Así lo ponen de relieve unas cifras que indican un movimiento de 2,1 millones de toneladas entre enero y septiembre pasado, lo que supone un aumento del 42,4% con respecto al mismo periodo del año anterior. También lo corrobora el que diversas compañías sigan apostando por posicionar sus buques en nuestro puerto, y no sólo de cruceros, sino de mercancías, como los demuestran los datos tan positivos en el aumento de graneles líquidos, graneles sólidos y tráfico de vehículos.

Esto nos anima a propiciar la puesta en contacto entre empresas exportadoras y navieras, exponiéndoles la importancia, las posibilidades y las ventajas que ofrece operar desde el puerto, dada la situación estratégica de Málaga, para comerciar con cualquier parte del globo.

Las líneas actuales de la actividad portuaria en un mundo caracterizado por el aumento de intercambios comerciales y turísticos, la internacionalización de las inversiones y los avances tecnológicos, tiene su repercusión, entre otros aspectos, en los propios formatos de transacciones, la aparición de nuevos tipos de buques e, incluso, en la especialización portuaria, lo que nos lleva a concluir que debemos ser conscientes y tener presentes los grandes cambios que se producen en esta actividad empresarial de los sectores marítimos, con fusiones, especializaciones, nuevas formas de gestión y la creación de nuevas redes logísticas o cadenas de suministros.

Por ello, creo que las medidas fundamentales para mejorar la competitividad del Puerto pasan por continuar con la labor de dotación y mejora de servicios e



infraestructuras, así como no perder la más mínima oportunidad para dar a conocer la importancia estratégica del mismo y los importantes servicios con los que ya cuenta. El Puerto de Málaga está en perfectas condiciones para competir con cualquier otro.

Asimismo, entiendo que la participación de otras instituciones y empresas privadas puede ser sumamente positiva, dándose las condiciones y sabiendo conjugar los necesarios intereses públicos con los legítimos intereses privados. Esto, puede suponer que la actividad privada facilite en buena medida el desarrollo de las instalaciones portuarias.

En este orden de cosas, quisiera poner de ejemplo la importancia de realizar lo antes posible el soterramiento del trazado del tren del Puerto, ya que, dada su repercusión, han de buscarse las fórmulas que permitan acometer y resolver este grave problema que se viene arrastrando desde hace tantos años. Por su trascendencia para el presente y futuro, plantea una



que el Puerto de Málaga reciba diversos reconocimientos, siendo una apuesta clara que genera excelentes beneficios para destacados sectores de nuestra economía como el comercial y el de hostelería.

Detrás de estos resultados hay un trabajo constante de mejora y promoción y de una gran inversión en infraestructuras específicas. A ello, debemos sumar los esfuerzos realizados desde todas las instituciones para que este éxito se consolide y crezca aún más. De cualquier forma, me permito indicar que aún quedan muchas cosas por hacer y que, a buen seguro, estas deben reportar mejores resultados.

Desde la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de la Provincia de Málaga, llevamos muchos años insistiendo en la necesidad de aunar esfuerzos y criterios como medio para lograr el verdadero y esencial avance que se merecen nuestra ciudad y nuestro puerto. Es evidente que ambos no pueden vivir dándose la espalda, por tanto, las actuaciones que se están llevado a cabo para acercarlo y unirlo a la ciudad, aumentando el atractivo turístico y creando nuevos espacios urbanos, son tremendamente positivas, así como todas aquellas que también se realizan para mejorarlo y ampliar su oferta de servicios, ya que, lógicamente, también su desarrollo comercial supone un progreso para todos.

urgente solución a fin de que las conexiones se establezcan adecuadamente con otros núcleos ferroviarios, facilitando la entrada y salida de mercancías, haciendo, de esta forma, mucho más competitivo al Puerto de Málaga.

He aquí, que estas conexiones se verían enormemente beneficiadas, por un lado, hacia un entorno regional con relación a sectores agrícolas o industriales, y, por otro, en cuanto a su posicionamiento en rutas internacionales de carácter estratégico, haciéndolo mucho más atractivo para empresas navieras y exportadoras.

No me quiero olvidar que, para una ciudad como Málaga, capital de la Costa del Sol, la importancia del sector crucerista es de enorme trascendencia. En poco tiempo, Málaga ha aumentado significativamente su oferta cultural y de ocio, lo que, unido a la mejora de las instalaciones portuarias dedicadas a este fin, han hecho



Jornada sobre “Convenios colectivos y otras formas de flexibilización interna en las empresas”



Ha tenido lugar en la sede de la Cámara de Comercio de Málaga, una nueva sesión de las Jornadas Jurídico-Empresariales organizadas por la Agencia IDEA, la Cámara de Comercio de Málaga y el bufete jurídico HispaColex-Málaga, en esta ocasión

dedicado a los “Convenios colectivos y otras formas de flexibilización interna en las empresas”, cuya exposición estuvo a cargo del conocido abogado laboralista, Juan José González Hernández, Socio-Abogado de HispaColex y director de Recursos Humanos de la firma.

Esta Jornada estuvo presentada por José Aguilar Mancera, gerente Provincial de la Agencia IDEA en Málaga y José María Gómez Pretel, responsable del Departamento de Formación, Servicios a Pymes y Empleo de la Cámara de Comercio de Málaga, a la que concurrieron una treintena de empresas malagueñas.

Los efectos más graves de la crisis han finalizado y se comienza a estabilizar la situación, si bien para el ponente, Juan José González, “ello no quiere decir que las empresas no puedan adoptar medidas para adaptar las relaciones laborales a su situación actual”. Por ello, en esta segunda Jornada se analizó -desde un punto de vista práctico- cómo la empresa puede adecuar la mejor forma del trabajo a su situación y cómo puede implantar en su sociedad una legislación propia (convenio colectivo), es decir, un traje a medida que regulará de forma exclusiva sus relaciones laborales.

Taller: “Herramientas de Google, Bing y Yandex para Webs turísticas”

El pasado 1 de diciembre de 2016 se celebró en la Cámara de Comercio de Málaga un taller dirigido a empresas del sector turístico con el objetivo de que las mismas puedan incrementar su potencial a través del uso de las nuevas herramientas que proporcionan los principales buscadores como Google, Bing y Yandex.

Concretamente durante este taller los participantes pudieron abordar las ventajas de utilizar el panel de herramientas proporcionado por estos buscadores para los propietarios de sitios webs de alojamiento, así como los principales pasos para la integración del sitio web en Google Search Console o en los paneles de Herramientas para Webmasters de buscadores como Bing y Yandex, expresando al máximo las diversas funcionalidades referentes al posicionamiento orgánico en los motores de búsqueda y centrándose especialmente en aspectos



fundamentales para webs de alojamiento / hostelería / turismo internacional como son la geolocalización, multidioma, Rich Snippets, etc.

Programas Xpande y Xpande Digital



Los programas facilitan ayudas directas para financiar los planes de internacionalización

Las Cámaras ayudarán a 700 pymes a salir al exterior en 2017

Facilitar la internacionalización de las pymes y aumentar la base exportadora española son dos de los objetivos de los programas de iniciación a la exportación de la Cámara de España, Xpande y Xpande Digital, con los que se ayudará a través de la red de Cámaras de Comercio a 700 pymes en 2017.

Ambos programas, que están cofinanciados por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), pretenden facilitar la salida al exterior de las empresas para aumentar la base exportadora española y conseguir que un mayor número de pymes empiece a vender en el exterior de manera regular.

En el programa Xpande los técnicos de las Cámaras de Comercio ofrecen a las empresas asesoramiento individualizado y a medida para elaborar un plan de exportación. Además, facilitan las herramientas necesarias para consolidarse en el mercado objetivo elegido. Este diagnóstico personalizado se articula en torno a cuatro módulos: selección de mercados, acceso al mercado, comunicación y marketing y módulo económico-financiero.

En la segunda fase del programa se pondrá en marcha el proceso de internacionalización, con sub-venciones de hasta un 80% para inversiones máximas de 9.000 euros.

Posicionamiento internacional, a través del marketing digital

Por su parte, el programa Xpande Digital se dirige a pymes que deseen fomentar y potenciar el marketing digital como herramienta básica para mejorar su posicionamiento en mercados internacionales.

En una primera fase, los técnicos de las cámaras realizan un análisis pormenorizado de la empresa con el objeto de desarrollar un informe de recomendaciones y un plan de acción en marketing digital internacional. En la segunda fase, se lleva a cabo la implantación del plan con subvenciones de hasta un 80% para inversiones máximas de 4.000 euros.

Perfil de la empresa Xpande

En ediciones anteriores, el perfil de las empresas que se han acogido a este programa responde a pymes de entre 0 y 9 trabajadores (66%) y que facturan menos de 500.000 euros (55%). Por sectores, destacan las empresas agroalimentarias (36%) seguidas de las industriales (31%), bienes de consumo (21%) y servicios (12%).

En cuanto a los mercados a los que se dirigieron, más del 50% son europeos, situándose en primer lugar Francia, seguido de Alemania y Reino Unido. Estados Unidos ocupó la cuarta posición.

La Cámara continúa la formación y orientación de jóvenes a través del Programa Integral de Cualificación y Empleo



La Cámara está desarrollando el Programa Integral de Cualificación y Empleo (PICE) junto con la Cámara de España dentro del Sistema Nacional de Garantía Juvenil y cofinanciado por el Fondo Social Europeo.

El programa está dirigido a menores de 30 años que no estén estudiando ni trabajando en este momento y se

compone de diferentes acciones, entre las que destacan la orientación laboral; la formación troncal en inglés, nueva tecnologías y empleabilidad y habilidades sociales; la formación específica según necesidades del mercado; acompañamiento en la búsqueda de empleo y, ayudas a la contratación y al emprendimiento.

A lo largo de 2016, desde la Cámara de Comercio de Málaga, se han orientado a 797 jóvenes, realizado 31 formaciones troncales de las que se han beneficiado 501 jóvenes, se han llevado a cabo 19 formaciones específicas para 256 y se ha hecho acompañamiento a 142 jóvenes.

En cuanto a las empresas actualmente hay una convocatoria de ayudas abierta publicada en nuestra web, con una cuantía de 1.500 € para la contratación de jóvenes inscritos en nuestro programa PICE y de 1.800 € para jóvenes emprendedores.

Dentro de este programa, y como viene siendo habitual, el pasado mes se hizo entrega de los diplomas correspondientes a los alumnos de los cursos específicos, en este caso, de ayudantes de cocina y de camareros, cuya formación se ha desarrollado en la Asociación Arrabal AID, momento que recoge la imagen que acompaña a esta información.

DONDE CRECER COMO LÍDERES



**Escuela
deNegocios**

MÁSTERS Y PROGRAMAS DE EXPERTO

Abierto plazo de inscripción 2016/2017

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
INTERNACIONALIZACIÓN | IDIOMAS
MARKETING ONLINE Y REDES SOCIALES
DIRECCIÓN FINANCIERA | GESTIÓN DE PROYECTOS
Y MUCHO MÁS

Encuesta de Perspectivas Empresariales

Las empresas españolas entre las más optimistas de la UE de cara a 2017

Las empresas españolas son más optimistas que las del conjunto de la Unión Europea de cara a 2017, según los resultados de la Encuesta de Perspectivas Empresariales, elaborada por Eurocámaras. En total han participado más de 50.000 empresas europeas, de las cuales 3.000 son españolas.

En tres de las cuatro las variables analizadas: ventas nacionales, exportaciones, e inversión, los empresarios españoles esperan mejorar sus resultados en 2017 frente a 2016, situándose además sus expectativas por encima de la media europea. En el caso de las exportaciones, el saldo de empresas españolas que esperan aumentar sus exportaciones duplica al de las empresas europeas y aumenta 10 puntos porcentuales respecto a los resultados de 2016.

En cuanto al empleo, las empresas españolas registraron en 2016 unos resultados muy positivos y para 2017 las expectativas son algo más moderadas, aunque se mantienen también por encima de la media europea.

Demanda externa, motor de la economía en 2017

A la luz de los resultados de la encuesta empresarial, la Cámara de Comercio de España considera que la actividad productiva española mantendrá la solidez, con un crecimiento económico del 2,6% en 2017, inferior al estimado para 2016, un 3,2%.

La demanda externa será el motor de la economía en 2017, si bien la demanda nacional mantendrá el pulso, con un comportamiento más dinámico de la inversión que del consumo. Este último podría verse afectado por la moderación en la creación de empleo, cuyas perspectivas, aunque buenas, se ralentizan respecto a 2016. De cualquier forma, según las expectativas de las empresas, la tasa de paro seguirá reduciéndose, ya que el número de empresas que esperan aumentar plantilla es muy superior al de las compañías que planean reducirla.

Condicionantes de la actividad empresarial en España

Los principales condicionantes para la actividad empresarial en 2017 serán la evolución de la demanda interna, para un 68% de las empresas, y de los costes laborales, para un 43%. En tercer lugar, para el 30% de los encuestados, se sitúan las medidas de política económica, seguidas de los costes energéticos para el 29%. El impacto del Brexit como factor condicionante de la actividad futura es señalado solo por el 5% de las empresas españolas, porcentaje que se eleva al 12,4% en el conjunto de la Unión Europea.

Resultados europeos

Durante 2016, las empresas europeas han registrado un comportamiento positivo en todas las variables



que analiza esta encuesta. Las expectativas en 2017 también son positivas, sobre todo en ventas nacionales y exportaciones. España se sitúa un año más entre los países más optimistas de la Unión Europea, tras unos resultados en 2016 que han sido los segundos mejores, tras Irlanda.

Así, en ventas nacionales las empresas europeas esperan de modo generalizado una mejora en 2017 respecto a 2016. Portugal, Irlanda y Croacia se sitúan en esta variable como los países más optimistas de cara al próximo año, mientras que en Hungría, Italia y República Checa se encuentran las compañías más pesimistas.

Las exportaciones han tenido a lo largo del año 2016 un comportamiento positivo en el conjunto de la Unión Europea, situación que, según los datos de la encuesta, es posible que mejore a pesar de la incertidumbre que han creado acontecimientos como la salida del Reino Unido de la UE, el nuevo escenario político en EEUU o la moderación que se pronostica del comercio mundial. En este contexto, son precisamente Portugal y España los países que lideran el ranking en esta variable.

En creación de empleo, las perspectivas europeas para 2017 siguen siendo positivas, especialmente en Portugal, Rumanía y Malta. La otra cara de la moneda la constituyen las empresas de Grecia, Hungría e Italia.

En cuanto a inversiones, todos los países tienen expectativas positivas, aunque peores que en 2016. Rumanía, Malta e Irlanda son los países más optimistas en esta variable y en Grecia, Hungría y Austria los más pesimistas.

Programa de Apoyo Empresarial a las Mujeres

El Programa de Apoyo Empresarial a las Mujeres (PAEM) es un programa nacional en red de promoción y apoyo a la actividad empresarial de las mujeres. Contamos con el apoyo financiero del Fondo Social Europeo, del Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad y de las Cámaras de Comercio.

PAEM es un programa dirigido a mujeres con inquietud emprendedora, con una idea o proyecto de negocio y con un plan de modernización o ampliación.

El objetivo es sensibilizar a las mujeres y a su entorno hacia el autoempleo y la actividad empresarial, actuando como instrumento eficaz para la creación y consolidación de empresas lideradas por mujeres.

Además, el programa tiene como objetivos específicos promocionar la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, promover la actividad empresarial de las mujeres, propiciar la utilización de las nuevas tecnologías, fomentar la sensibilización de la mujer y su entorno hacia el autoempleo y la empresa, crear y consolidar empresas lideradas por mujeres y ofrecer información y asesoramiento sobre la posibilidad de optar a una financiación con condiciones ventajosas a través de un microcrédito sin avales, así como el acompañamiento a quien lo solicite.

El desarrollo de este Programa de Apoyo Empresarial a las Mujeres, se plantea a través de la creación de una red de Gabinetes presenciales de promoción empresarial a las mujeres, ubicados en las Cámaras de Comercio, que te proporciona los siguientes servicios gratuitos: información empresarial, asesoramiento y orientación empresarial, desarrollo de una estrategia de sensibilización y animación para emprender y apoyo a la creación y consolidación de redes europeas y nacionales

El PAEM además, cuenta con un servicio de asesoramiento on-line que en menos de 48 horas responde



a tus consultas si eres una mujer emprendedora o una empresaria acercándote, a su vez, a las nuevas tecnologías.

El programa te mantiene informada si eres usuaria a través de boletines, te ofrece la posibilidad de participar en un foro de cooperación e intercambio de experiencias y te informa sobre jornadas, ferias y actividades formativas. Además, te proporciona la posibilidad de obtener un autodiagnóstico básico para evaluar la viabilidad de tu proyecto empresarial.



Unión Europea

Fondo Social Europeo

"El FSE invierte en tu futuro"



Cámara
de Comercio de España

Cámara

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: gprensa@camaramalaga.com

www.camaramalaga.com

Depósito Legal: MA-1504-98