

# Cámara

## Málaga

# Expo Internacional Málaga 2027

## La Era Urbana: hacia la ciudad sostenible

- 4 Acuerdo entre la Cámara y Wolters Kluwer para desarrollar programas formativos empresariales.
- 5 La Cámara pone en marcha su Comisión de Empresa y Economía Digital.
- 6 Foro Málaga INCYDE School. Emprender construyendo un futuro sostenible.
- 8 Perú y Colombia presentan sus oportunidades de negocio e inversión a empresas malagueñas.
- 9
- 10 China, siempre presente en la estrategia exportadora. Por Gumersindo Ruiz.



## El alcalde de Málaga presenta al Comité y Pleno de la Cámara el proyecto para acoger una Expo Intenacional en 2027

El Alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, ha acudido a la Cámara de Comercio para explicar, con ocasión de la celebración del comité ejecutivo y posterior pleno de nuestra institución, los pasos dados hasta la fecha en el proyecto para que Málaga acoja una Expo Internacional en 2027.

Durante este acto, el alcalde malagueño estuvo acompañado por el presidente de la Cámara, Sergio Cuberos Lara, y por el Teniente de Alcalde - Concejale Delegado del Área de Ordenación del Territorio, Raúl López Maldonado.

En concreto, De la Torre explicó los detalles de la propuesta de la ciudad para ser el escenario de la Expo2027 que, bajo el título "La Era urbana: hacia la ciudad sostenible", se concibe como una reflexión acerca del reto al que se enfrentan todas las ciudades a medio y largo plazo para hacer compatible el crecimiento demográfico con la sostenibilidad de los territorios y, por ende, una mayor calidad de vida.

En la reunión se ha recordado que la propuesta de la ciudad cuenta con una nueva página web oficial <http://expo2027.malaga.eu/>, que ofrece información actualizada acerca de esta nueva iniciativa.

Además, De la Torre agradeció a la Cámara de Comercio que ya haya formalizado su adhesión a esta iniciativa. En este punto, ha recordado que el Consistorio está recibiendo ya adhesiones de instituciones, entidades, asociaciones y empresas que han remitido cartas de apoyo a la Expo2027 Málaga.

El encuentro celebrado en la Cámara de Comercio se sitúa en el marco de la ronda de contactos iniciada el pasado noviembre de 2019 con el tejido empresarial y social de la ciudad y que también incluyó encuentros con distintas administraciones y grupos políticos para hacerles partícipes del proyecto.



**La Cámara ha sido una de las primeras instituciones en mostrar su adhesión a este proyecto.**

# Expo Internacional 2027



## La Era Urbana: hacia la ciudad sostenible

Es una propuesta de reflexión en torno a uno de los principales desafíos a los que se enfrenta la sociedad contemporánea a medio y largo plazo: hacer compatibles el crecimiento demográfico y el desarrollo urbano con la protección del medioambiente y la adopción de soluciones innovadoras que garanticen una mejora de la calidad de vida de los residentes en las ciudades.

La creciente preocupación por el clima ha desencadenado movimientos reivindicativos en todos los países de nuestro entorno y hace oportuna la reflexión en torno a cómo las ciudades del futuro han de trabajar para ser más sostenibles y habitables, en todos los sentidos. Ante problemas que afectan a la globalidad de los territorios, las soluciones también han de buscarse de forma conjunta y con perspectiva global.

De este modo, la Expo2027 Málaga permitirá intercambiar conocimiento, experiencias y soluciones muy diversas para hacer de las ciudades entornos amables de residencia y convivencia y promoverá las buenas prácticas. Esta conversación global permitirá además exhibir el progreso científico, tecnológico y económico en torno a este tema.

Málaga, como ejemplo de ciudad que ha acometido una transformación sin precedentes centrada en la innovación y la cultura y con un marcado compromiso con la sostenibilidad y los ODS, es la candidata idónea para acoger una Expo en la que se darán a conocer soluciones para afrontar el desafío al que se enfrentan las ciudades del futuro teniendo como ejes a la propia ciudadanía, la innovación y el cuidado del medioambiente.

### Ubicación

La parcela que acogería la Expo2027 Málaga tiene, en sentido estricto, 250.000m2 de superficie y se encuentra localizada en la zona de Buenavista (distrito Campanillas), en el Oeste de la ciudad. No obstante, la superficie total a utilizar con motivo de la Expo es de 800.000 m2 ya que incluye los terrenos situados al Oeste y Este de la pastilla principal de suelo para destinarlos respectivamente a la logística y a viviendas.

La Expo se ubicaría, por tanto, en una parcela que se encuentra localizada en el triángulo productivo de la ciudad: junto a la Universidad, el Parque Tecnológico de Andalucía, los principales parques empresariales, el aeropuerto y el Palacio de Ferias y Congresos.

Esta localización cuenta con ventajas ya que permitirá maximizar los beneficios después de la Expo y, por otro lado, ya cuenta a día de hoy con la mayor parte de las infraestructuras de comunicaciones necesarias: aeropuerto, líneas ferroviarias y el principal nudo de autovías del área metropolitana. Esto último es especialmente importante ya que esta ubicación refuerza el carácter metropolitano de la Expo2027 Málaga, al encontrarse cerca de municipios como Alhaurín de la Torre, Torremolinos y Cártama.

Más información:

<http://expo2027.malaga.eu/>

# Acuerdo entre Cámara y Wolters Kluwer para desarrollar programas formativos empresariales



El presidente de la Cámara de Comercio de Málaga, Sergio Cuberos Lara, y el representante en Málaga de Wolters Kluwer Formación, S.A., Juan Antonio Carnero Contreras, han firmado hoy en la sede de la Cámara un acuerdo de colaboración para la ejecución de programas de formación.

Este acuerdo tiene por objeto fijar las condiciones de colaboración para la realización conjunta de pro-

gramas formativos dirigidos a empresas, sus representantes y empleados, con el más alto nivel de calidad requerido.

De esta forma, la Cámara incorporará en breve a su oferta formativa online las acciones de carácter empresarial gestionadas por esta firma, como son los próximos cursos sobre “Planes de Igualdad”, de 70 horas de duración; Controllars (PECEI)”, de 280 horas, y “Gestión de la Insolvencia”, de 70 horas.

En este sentido, se impartirán más acciones, siempre relacionadas con el objeto social de Wolters Kluwer sobre la prestación de servicios de organización y realización de cursos y seminarios en cualquier tipo de soporte, dirigidos a profesionales de todas las áreas de especialización de la empresa, profesionales del sector jurídico legal, asesorías, educación y profesionales de la Administración Pública.

El Grupo Wolters Kluwer opera en el mercado portugués y español a través de Wolters Kluwer España, organización constituida por más de 800 profesionales cuya misión es el diseño, creación, producción y comercialización de soluciones integrales de información, conocimiento, formación, edición y software dirigidas a las áreas legal, fiscal, financiero, contable/mercantil, recursos humanos, educación, sector público y salud.

## Campaña “El Centro en casa”



Tuvo lugar en la sede de nuestra Cámara la presentación de la campaña "El Centro en Casa", de la Asociación Centro Histórico de Málaga, con la colaboración de Cámara de Comercio de Málaga y el Ayuntamiento de Málaga.

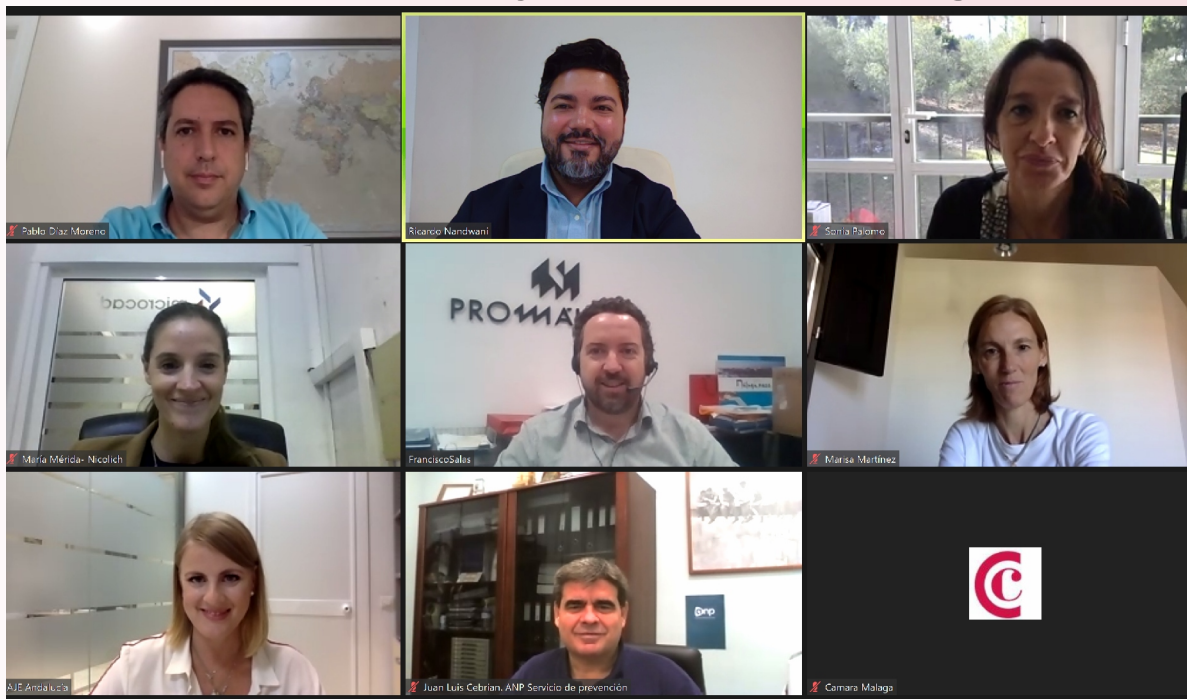
En el acto estuvieron presentes la presidenta de la Asociación Centro Histórico de Málaga, Juanibel Vera, junto al presidente de la Cámara, Sergio Cuberos y la concejala del Distrito Centro, Gema del Corral.

Gracias al acuerdo firmado con MRW España, los comercios del centro han vuelto a poner en marcha una campaña que ya ha tenido gran aceptación en ediciones anteriores.

Esta es una acción de Dinamización de los Centros Comerciales Urbanos, enmarcada en el Programa de Apoyo al Comercio Minorista, financiado por el Fondo Europeo de Desarrollo regional y la Secretaría de Estado de Comercio del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, a través de la Cámara de Comercio de Málaga.

Así, las personas que acudan al centro de Málaga a realizar sus compras durante los próximos meses, podrán recibirlas en casa de forma cómoda y gratuita y así poder seguir en el centro realizando otras actividades sin la incomodidad de tener que cargar bolsas y bultos.

# La Cámara pone en marcha su Comisión de Empresa y Economía Digital



## Un momento de la sesión constitutiva mantenida online.

El pasado 16 de octubre, celebró sesión la Comisión de Empresa y Economía Digital de la Cámara de Comercio de Málaga, presidida por el miembro del Pleno, Ricardo Nandwani, que, tras la oportuna bienvenida, presentó a los participantes el cometido de la Corporación cameral, cuyo objetivo principal es el de defender los intereses generales de todas las empresas, en particular de las pymes y autónomos, así como la vocación de prestación de servicios de apoyo a la mejora de la competitividad de todas ellas.

En este sentido, resaltó el señor Nandwani, uno de los objetivos de la Cámara es el de impulsar y colaborar con las distintas Administraciones Públicas en la implantación de la economía digital de las empresas, y para ello se han puesto en marcha distintos programas de asesoramiento y ayudas como TICCámaras, INNO-Cámaras, Ciberseguridad, Competitividad Turística, Xpande Digital o Innoxport.

Como apoyo a esta importante labor dirigida especialmente a las pymes, indicó Ricardo Nandwani, la Cámara ha creado esta Comisión consultiva, que nace

con los siguientes objetivos generales:

- Participar y organizar jornadas de carácter institucional para sensibilizar sobre la digitalización de las empresas.
- Identificación de sectores claves para la digitalización de la economía.
- Fomentar el talento y la formación digital.
- Ser un Foro de Cooperación público-privado entre administraciones, instituciones y empresas.

En esta sesión constitutiva participaron: Ricardo Nandwani, miembro del Pleno cameral y presidente de la Comisión de Empresa y Economía Digital; María Mérida, de Microcad y presidenta de la Comisión de Transformación Digital de AJE Málaga; Princesa Sánchez Torres, periodista y experta en comunicación organizacional; Marisa Martínez, socia de Líderes y Digitales; Pablo Díaz, socio-director de Arelance; Juan Luis Cebrián, de ANP Servicios de Prevención; Sonia Palomo, del Parque Tecnológico de Andalucía en Málaga, y, Francisco Salas, director-gerente de Promálaga.



**Formación Profesional Dual en la Empresa**

Las Cámaras de Comercio ayudan a las empresas a participar en la **Formación Profesional Dual** con garantías de calidad.

Para más información acude a la **Cámara de Comercio de Málaga**.

[www.camaramalaga.com](http://www.camaramalaga.com)



Por una formación y un empleo de calidad





## Emprender construyendo un futuro sostenible

### Foro Málaga INCYDE School

**Cajamar y la Fundación INCYDE reúnen online desde Málaga a expertos nacionales e internacionales en creación de empresas, política económica, escuelas de negocios, economía internacional y de la empresa, empleo e inclusión social, así como medicina y microbiología, con el objetivo de compartir sus experiencias y visión de futuro sobre la coyuntura actual y las claves para la recuperación.**

El pasado mes se celebró en nuestra ciudad “Málaga INCYDE School Foro EMP#XXI. Construyendo un futuro sostenible”, un evento organizado por Cajamar, la Cámara de Comercio de Málaga y la Fundación INCYDE (Instituto Cameral para la Creación y Desarrollo de la Empresa), con el objetivo de analizar la situación presente y de futuro en busca de una recuperación económica desde el emprendimiento, para lo que contará con la participación de expertos de reconocido prestigio nacional e internacional, que ofrecerán su visión y compartirán sus experiencias profesionales.

El foro, que se desarrolló entre el 14 y el 21 de octubre mediante formato telemático desde el salón de actos de Cajamar en Málaga, fue inaugurado por el vicepresidente de Cajamar, José Luis Heredia Celdrán, y el presidente de la Fundación INCYDE, José Luis Bonet Ferrer, con la presencia del presidente de la Cámara de Comercio de Málaga, Sergio Cuberos Lara.

A continuación, se impartieron varias charlas sobre emprendimiento en el nuevo escenario mundial, inclusión social y el futuro de la economía española, que culminaron con un 'Diálogo sobre innovación y emprendimiento ante un nuevo escenario mundial' entre el presidente de Cajamar, Eduardo Baamonde Noche, y el

presidente de la Fundación INCYDE, José Luis Bonet Ferrer.

Esta edición del INCYDE School Málaga, que ha sido rediseñada para adaptarse a las exigencias impuestas por el COVID-19, se ha compuesto de dos webinar -el 14 de octubre, Empresas y emprendedores: la clave para impulsar el crecimiento sostenible; y el 21 de octubre, La apuesta europea por el



Sergio Cuberos, José Luis Heredia y José Luis Bonet.



emprendimiento sostenible- y un programa de formación, de 20 horas de duración, del 15 al 21 de octubre, en diferentes aspectos relacionados con el emprendimiento sostenible. El 14 de octubre, el foro inicial del INCYDE School contó con ponentes y expertos de reconocido prestigio en diferentes ámbitos, como Adolfo García-Sastre o Emilio Ontiveros Baeza.

Durante los cinco días, todos los seleccionados previamente como Emprendedores del Futuro pudieron acceder de manera online y totalmente gratuita al mencionado programa formativo especializado en emprendimiento, impartido por expertos y asesores homologados por la Comisión Europea.

Esta formación ha recogido también un programa de seguimiento individual o mentoring con el fin de impulsar y consolidar la idea de negocio de cada emprendedor.

El 21 de octubre, INCYDE School Málaga celebró su jornada de clausura, durante la cual algunos de los emprendedores participantes presentaron sus proyectos.

Como cierre, el speaker William Rodríguez, superviviente de la Torre Norte del WTC el 11-S impartió una conferencia motivacional sobre cómo crecer en la adversidad y aprovechar las oportunidades que generan los tiempos de crisis.



# Perú presenta sus oportunidades de negocio e inversión a las empresas malagueñas



En una jornada empresarial organizada por la Cámara de Comercio de Málaga, la embajada del Perú en nuestro país ha dado a conocer a una treintena de empresas malagueñas sus oportunidades de negocio y posibilidades de inversión en diferentes sectores comerciales y de infraestructuras.

Esta jornada, que se enmarca en las acciones del Plan Internacional de Promoción de la Cámara 2020 y que cuenta con el apoyo de fondos FEDER, fue presentada por el presidente de la Cámara de Málaga, Sergio Cuberos Lara, y por la presidenta de la Comisión cameral de Internacionalización y Comercio Exterior, María Paz Hurtado Cabrera.

Tras el acto de bienvenida, intervino el embajador del Perú en España, Claudio de la Puente Riveyro, que ha expuesto el actual panorama económico de su país, haciendo especial incidencia a las consecuencias de la crisis del COVID-19, ante lo que “deseaba transmitir

un mensaje de confianza sobre la recuperación del Perú con el apoyo indispensable de nuestros socios, como es España, que además, es el principal inversor y emisor de turistas a nuestro país”, manifestando igualmente que “el Perú es un amigo leal y un socio confiable para España”.

Comentó algunas de las posibilidades que se dan en sectores como el turismo, servicios, minería y construcción, invitándose a las empresas malagueñas a estar presentes e invertir en un país de gran potencial para los negocios, y donde algunas empresas de nuestra provincia ya tienen experiencias muy favorables.

Por su parte, el consejero comercial de la Embajada del Perú, Joan Barrena, hizo una amplia exposición sobre las relaciones de negocio que se dan y, en particular, para una era post-Covid. Por último, el gerente de la Cámara de Comercio de España en el Perú, Xavier Urios, presentó una detallada información sobre la situación del tejido empresarial en el Perú, así como los retos y oportunidades de inversión que ofrece este importante mercado latinoamericano.

Esta jornada se ha desarrollado como paso previo a la Misión Comercial Virtual Multisectorial a Perú y Colombia que está organizando la Cámara de Comercio de Málaga para la segunda quincena de noviembre, cuya convocatoria está próxima a ser publicada, y donde se organizarán agendas personalizadas para cada empresa participante con potenciales clientes de ambos países, estando subvencionado el coste de esas agendas hasta en un 70% por fondos FEDER.

Nuestra Cámara, atendiendo siempre al interés mostrado por las empresas malagueñas, desde el año 2011 ha organizado siete misiones comerciales a Perú, en las que han participado un total de 57 firmas de nuestra provincia.



## España Emprende

¿Estás pensando en poner en marcha tu idea de negocio?

Te ofrecemos formación y orientación personalizada para la puesta en marcha de tu empresa. Sin coste alguno para ti.

### Apoyo y asesoramiento en todas las fases de la vida de la empresa

España-Emprende ha sido diseñado para dar apoyo al emprendedor en todas las fases que componen la vida de la empresa: gestación de la idea empresarial, creación y tramitación de la empresa, consolidación y, por último, la transmisión o cese.



# Veinte empresas malagueñas participan en una Jornada online sobre Colombia

La Cámara de Comercio de Málaga, con la colaboración del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) y la agencia colombiana de promoción exterior Procolombia, organizó el pasado mes una jornada online sobre la situación socio-económica en Colombia y sus actuales oportunidades comerciales y de inversión, que contó con la participación de una veintena de firmas malagueñas interesadas en este importante mercado latinoamericano.

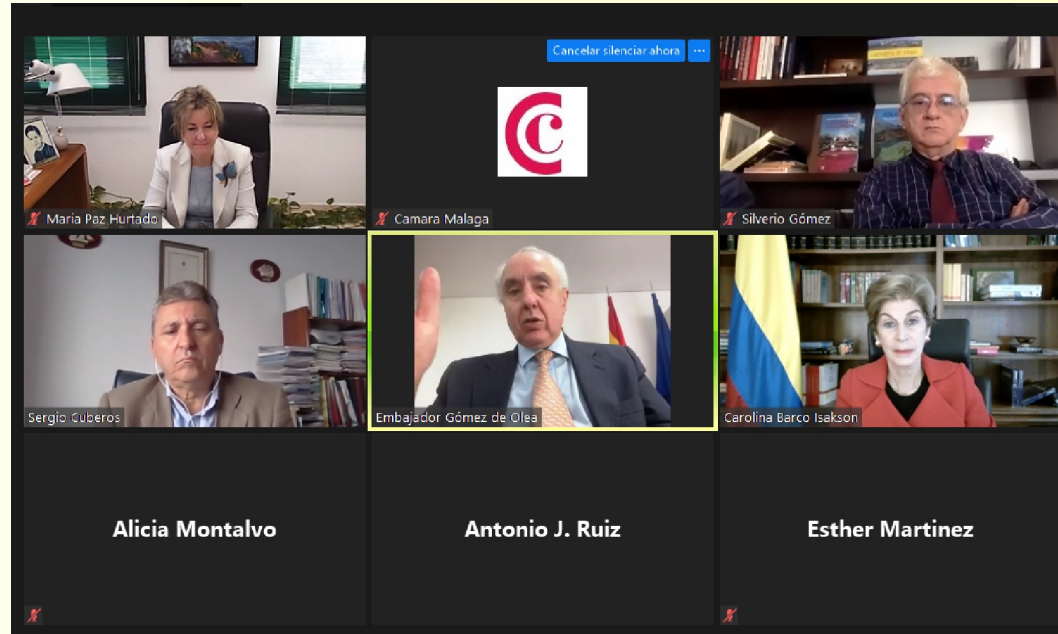
La embajadora de la República de Colombia en España, Carolina Barco Isakson, así como el embajador de España en Colombia, Pablo Gómez de Olea Bustinza, han querido sumarse a esta acción promocional, siendo saludados por el presidente de la Cámara, Sergio Cuberos Lara, y por la presidenta de la Comisión cameral de Comercio Exterior, María Paz Hurtado, quienes dieron la bienvenida a todos los asistentes y presentaron el acto.

Tras agradecer la embajadora colombiana la atención y organización de esta jornada por parte de la Cámara de Málaga, efectuó una semblanza socio-económica de su país, así como de las principales posibilidades comerciales que pueden encontrarse las empresas malagueñas, al igual que realizó en embajador español, Gómez de Olea, que manifestó las buenas relaciones existentes y el momento oportuno para saber aprovechar las posibilidades que se brindan.

A continuación, tomó la palabra la consejera-jefe de la Oficina Económica y Comercial de España en Colombia, Alicia Montalvo Santamaría, que presentó los principales sectores con oportunidades comerciales, así como el apoyo que prestan a las empresas españolas con intereses en este mercado.

Por su parte, el director de Procolombia España, Silverio Gómez Carmona, expuso la actual situación de los sectores productivos, comerciales y de inversión en su país y, especialmente, cómo ha afectado la pandemia COVID-19 a los negocios entre España y Colombia.

En este sentido, indicó que incluso con la buena marcha de muchos aspectos de la economía colombiana, la pandemia ha causado un brusco cambio en las condiciones de vida y negocio del país, haciendo que se tenga que prestar especial atención a factores a nivel social como el desempleo o las pensiones, y a niveles más empresariales, destacan las inversiones en nuevas tecnologías, o la ejecución de obras públicas en infraestructuras.



Concretamente, se dieron a conocer como sectores de oportunidad los relacionados con el mundo rural, en cuanto a maquinaria agrícola y la agroindustria, con la telemedicina, la aplicación de las nuevas tecnologías en la educación EdTech, ciberseguridad, blockchain, el desarrollo de las TICs, nearshoring, así como la cobertura de necesidades post-COVID, como las derivadas del teletrabajo y/o la adaptación de las oficinas y espacios públicos.

En relación al apartado de inversiones, Estados Unidos y España fueron los principales países en cuanto a inversión extranjera en Colombia en el pasado año 2019, seguidos por Suiza, Panamá, Inglaterra y Brasil.

Las exportaciones españolas a Colombia en el pasado año se centraron en maquinaria y aparatos mecánicos, vehículos automóviles y tractores, productos farmacéuticos, prendas de vestir y material eléctrico, mientras que las principales importaciones españolas fueron combustibles, minerales, aeronaves, alimentación y bebidas.

Es destacar la importante bajada de una de las mayores partidas importadas desde España, como son los productos energéticos, que en 2018 suponían el 62% de las importaciones españolas desde este país y que, sin embargo, en 2019 se ha reducido en gran manera debido a la bajada de los precios del petróleo y un mayor incremento y diversificación de otros productos que ahora exporta Colombia, como grasas y aceites, frutas, aceites minerales.

La celebración de esta Jornada se enmarca dentro del Plan Internacional de Promoción de la Cámara de Comercio de Málaga para 2020, que cuenta con financiación de Fondos Europeos de Desarrollo Regional.

# China, siempre presente en la estrategia exportadora

Por Gumersindo Ruiz



## El esfuerzo exportador de la empresa andaluza

Los últimos datos publicados sobre exportaciones andaluzas ponen el énfasis en nuestro amplio sector agroalimentario, pues con 7.225 millones en los siete primeros meses del año, es el mejor dato registrado nunca para ese período, y su crecimiento, aunque sólo del 0,1 por ciento, es bienvenido en una época con pocos datos positivos. Tres ideas pueden desarrollarse a partir de esta información. La primera que las exportaciones agroalimentarias suponen alrededor del 40 por ciento del total de exportaciones, y están diversificadas, exportamos -en orden de importancia- hortalizas, frutas, aceite de oliva, conservas, cereales, carnes, otras grasas y aceites, pescados, preparados alimenticios, y plantas; sin embargo, en la parte no agroalimentaria pesa mucho el sector energético (algo más del 10 por ciento), y en menor medida, y de más a menos, aeronáutica, componentes eléctricos, y cobre, minerales y fundición (poco más del 20 por ciento entre los cinco), y luego hay diversas exportaciones pero con un peso muy pequeño cada una. La evolución de la exportación está sujeta a cantidades y precios, y este año la incidencia negativa en el precio del aceite se ha compensado en el de otros productos agroalimen-

tarios, mientras que no ha sido así en los derivados del petróleo.

## El caso de los certificados de origen por la Cámara de Málaga

La segunda idea es el impulso que puede tomar la exportación ante la debilidad de la demanda interna, o el cierre de algunos mercados relacionados con la crisis sanitaria. Tenemos un buen ejemplo en nuestra propia provincia, pues la Cámara de Comercio de Málaga ha tramitado entre enero y finales de septiembre de este año 4.849 certificados de origen, que acreditan -y es función de las cámaras de comercio expedirlos- el origen de los productos; este número es muy superior, casi un 56 por ciento, a los 3.112 certificados en el mismo período del año pasado. Estos datos se refuerzan con el hecho de que, considerando el período de la pandemia, entre el 14 de marzo y hasta finales de septiembre, se han dado 3.909 certificados, que es casi un 71 por ciento más de los 2.290 que se solicitaron en 2019, y muestra el esfuerzo exportador de la provincia -además del de la propia Cámara, dadas las circunstancias-.

## China en una estrategia de diversificación geográfica

La tercera idea es que nuestro primer destino agroalimentario es con gran diferencia Europa, y sólo Alemania, Francia, Italia y Países Bajos, suponen casi la mitad de esas exportaciones. El Reino Unido, con casi un 11 por ciento es también muy importante. Sin embargo, estos días se ha destacado el incremento de las exportaciones a China que, aunque son sólo 179 millones, el 2,5 por ciento -equivalente a Polonia-, han crecido en estos meses un 31 por ciento respecto al mismo período del año pasado. Estos dos factores: diversificación exportadora por producto, y diversificación por destinos, resultan claves en una estrategia de adaptación a un mundo tan cambiante.

China se presenta desde hace tiempo como una oportunidad de diversificación, a lo que nuestra Cá-

que ambas se mantienen en equilibrio. La tasa anual de crecimiento del producto es la suma y resta, en su caso, de los tres componentes. Vemos que el fuerte crecimiento de la economía China en estos años se apoya la forma-ción de capital, y el consumo (color celeste), que en los últimos años destaca como principal componente. Este dato es relevante porque es una señal clara y persistente de la demanda de consumo de la economía.

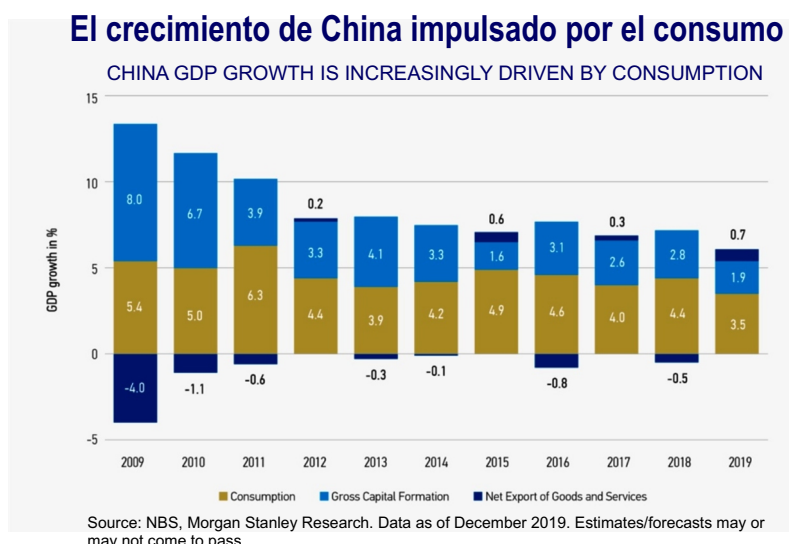
Estos aspectos tan atractivos para la exportación a China, además del demográfico, no impide que se tenga en cuenta el riesgo de penalización de importaciones que surgen de diversas circunstancias y afectan a sectores y productos que nada tienen que ver con las mismas. La pugna entre Estados Unidos y China se considera más por el dominio tecnológico que comercial, pero se dan casos como ha ocurrido hace poco con la prohibición de las exportaciones de Alemania a China de carne de cerdo, que se ha interpretado como un movimiento diplo-

La economía china en 2020					
Área / País	PIB	Precios	Balanza	Presupuesto	Divisa
China	1,7	3,5	1,7	-6,3	4,1
EEUU	-5,3	0,7	-1,9	-15,9	-
Área Euro	-8,6	-0,2	2,3	-9,5	5,9
Japón	-6,4	0	2,4	-11,3	0,9

mara de Comercio le ha prestado atención casi permanente. En el cuadro de datos esperados para 2020, recogemos algunas magnitudes y vemos que, en comparación con Estados Unidos, área del Euro, y Japón, es el único país con crecimiento positivo previsible en 2020 (PIB). Los precios al consumo del 3,5 por ciento no son excesivos, ya que precios negativos como los del área del Euro no son buenos para las empresas, que no encuentran forma de compensar sus costes fijos con cierto incremento en los precios. Compartimos en la Unión Europea con China superávit en balanza por cuenta corriente -que incluye rentas y transferencias además de bienes y servicios-, y es de destacar que este superávit no es muy elevado en China, lo que indica que es a la vez un gran exportador y también importador. El déficit público es común a los cuatro que comparamos, aunque se dispara considerablemente en Estados Unidos. Por último, la apreciación de las divisas frente al dólar en porcentaje anual no ha sido obstáculo para que siga aumentando el déficit comercial de Estados Unidos frente a China y otras áreas.

El gráfico que tomamos de Morgan Stanley Research con la evolución de los componentes de gasto del producto de la economía china, muestra cómo el crecimiento anual del saldo de exportaciones menos importaciones era negativo tras la crisis de 2009 y se estabiliza en años recientes alrededor de un crecimiento cero, lo que implica

mático, ya que la excusa de un caso de fiebre porcina en un jabalí en Alemania era un débil argumento. Otros casos, recientes o no, de prohibición de importaciones son los de Australia, Canadá, Filipinas, Suecia, Gran Bretaña, y Corea del Sur, cada uno por un motivo diferente, no económico. A las ideas de diversificación de productos y países como estrategia de exportación, habría, pues que añadir la importancia dentro de la Unión Europea de considerar los aspectos comerciales junto a los de política exterior. En ocasiones las reacciones no son previsibles, ni por su alcance ni por el sector al que puede castigar, pero en el caso de China es un elemento más en un país que en décadas recientes ha desarrollado una rica cultura empresarial.





## Necesitamos más medidas de apoyo económico y empresarial

Los sectores políticos y las administraciones públicas conocen bien la situación por la que el tejido empresarial de nuestro país atraviesa en estos momentos y los graves efectos que está provocando la pandemia del COVID-19, por ello, se hace vital tomar decisiones, algunas serán difíciles y de gran envergadura, pero, igualmente necesario adoptarlas lo antes posible para atajar una situación social y económica que puede agravarse, y mucho, en poco tiempo.

Desde el sector empresarial, y me permito señalar, por lo que directamente nos a las Cámaras de Comercio, también hemos de poner todo cuanto esté en nuestras manos. Hemos de hacer ver las necesidades reales, las que afectan a cada sector concreto, proponiendo, a su vez, soluciones viables a estos problemas.

En la Cámara de Comercio de Málaga estamos especialmente sensibilizados con todo lo que está padeciendo el tejido productivo malagueño, especialmente en cuanto tiene que ver con nuestra gran industria, el turismo, cuya evolución e incidencia es trascendental en la economía, ya que el setenta y cinco por ciento de las actividades que se desarrollan en la provincia tienen relación con este relevante sector.

Y es que, cuando hablamos de turismo, hablamos de un sector transversal, que afecta no solo al alojamiento y la restauración, sino a otras muchas actividades relacionadas entre sí, agencias de viajes, alquiler de vehículos, campos de golf, transporte de pasajeros, comercio, feriantes, música, ocio en general, etc., que están manteniendo actualmente una actividad muy baja o nula.

Del mismo modo, esta transversalidad del turismo, como estamos comprobando, también incide muy negativamente sobre otras industrias, como la aeronáutica o la del automóvil, que están viendo reducidas sus producciones y arrastrando a su vez a muchas empresas auxiliares, con una repercusión realmente grave sobre el empleo.

Priman medidas directas y urgentes para el sector turístico. Se debe abordar la elaboración de un plan de rescate y ayudas que puedan paliar las enormes pérdidas que esta situación está originando y,

para ello, es preciso innovar y apoyar con acciones precisas a las empresas para que puedan presentar nuevas ofertas, bonificaciones en viajes, alojamiento o restauración, como ya se está haciendo en otros lugares, con iniciativas que potencien esta industria, motor esencial de nuestra economía.

Asimismo, en cuanto a las pequeñas y medianas empresas y autónomos es vital impulsar su digitalización y su internacionalización. Ahora, más que nunca, es importantísimo incentivar la innovación de las PYMEs para que sean más competitivas y fuertes. Fórmulas como la concentración de empresas permiten crecer y ser más grandes, compitiendo así con mayor seguridad y garantías, ya que, gracias a una concentración financiera permitiría aguantar y hacer frente conjuntamente a situaciones de dificultad que de manera individual sería mucho más difícil.

En definitiva, precisamos de nuevas estrategias y acciones para salir lo antes posible de la crisis y superar los retos a los que nuestra sociedad se enfrenta a medio y largo plazo, con acciones como el refuerzo en el control de los rebrotes; adaptar las medidas de protección a trabajadores, empresas y hogares para reactivar la economía; evitar el cierre de empresas viables; reasignar recursos hacia sectores con buenas perspectivas de futuro; realizar un plan de reequilibrio fiscal; efectuar reformas en profundidad para garantizar un crecimiento inclusivo y sostenible a largo plazo y un acuerdo presupuestario pensado para ejercicios venideros.

Por último, hacer un llamamiento a los empresarios, indicarles que también es momento de aprovechar las oportunidades, especialmente las que nos ofrecen la digitalización, la innovación y la internacionalización y, para ello, debemos exigir desde el tejido empresarial que las administraciones faciliten en todo lo posible esos procesos para que las empresas se activen, generen empleo y riqueza.

**SERGIO CUBEROS LARA**  
Presidente de la Cámara Oficial  
de Comercio de Málaga

*Artículo publicado en la edición  
"Quién es Quién en Málaga 2020" de diario SUR.*