

# Cámara

## Málaga



España  
Emprende

**Un servicio para  
ayudarte a crear  
tu empresa.**



UNIÓN EUROPEA

Fondo Social Europeo  
El FSE invierte en tu futuro

- 2 Encuentro entre las Cámaras de Motril y Málaga.
- 3 Ayuntamiento de Málaga y Cámara de Comercio firman un acuerdo para fomentar el emprendimiento.
- 4 Encuentros con los embajadores en España de Azerbaiyán y Letonia.
- 5 1º Encuentro Empresarial "Jaén Vive en Málaga"
- 9 La Cámara de Comercio de Málaga se adhiere a la red Somos FP Dual.





## Encuentro entre las Cámaras de Motril y Málaga

Una delegación del Pleno de la Cámara de Comercio de Motril, encabezada por su presidente, Julio Rodríguez Martín-Ferliche, y por la Delegada Territorial de Empleo, Formación, Trabajo Autónomo, Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades en Granada, Virginia Fernández, ha mantenido un encuentro en la Cámara de Málaga para conocer la gestión y el progreso de proyectos conjuntos que mantiene la corporación malagueña con algunas administraciones locales, dirigidos a fomentar la digitalización de pymes y autónomos.

La embajada motrileña, formada por 10 personas, fue recibida en la sede cameral del Palacio de Villalcazar por el presidente malagueño, Sergio Cuberos Lara, quien estaba acompañado por los miembros del Pleno cameral, Juan José Vallejo Martín y Javier Noriega Fernández, así como la presidenta de Amupema, Rocío García Díaz.

Se trataron diversas posibilidades de colaboración entre cámaras y administraciones para potenciar actuaciones que beneficien el desarrollo económico de esta zona geográfica de Andalucía y, con ello, de las inversiones y relaciones comerciales de las empresas.

El presidente de la Cámara de Málaga, expuso alguno de los proyectos de colaboración que se desarrollan con la Diputación Provincial y el Ayuntamiento de Málaga, especialmente en materia del fomento de la digitalización de las pymes y autónomos, con cofinanciación de Fondos de la Unión Europea.

El presidente de la Cámara de Motril consideró de “realmente enriquecedora” esta reunión, puesto que “Málaga es un referente a nivel mundial, por lo que buscamos sinergias y colaboraciones con la Cámara de Málaga. Siendo importante para nosotros conocer en qué están centrando sus esfuerzos y qué proyectos atraen su atención”.

Por su parte, la delegada territorial de Empleo de Granada, Virginia Fernández, destacó “el aprendizaje mutuo y necesario para ambas corporaciones”, resaltando el hecho de que “no podemos olvidar que las

Cámaras de Comercio velan por el tejido empresarial y el pequeño empresario a través de pilares básicos como la internacionalización, la formación y, en este caso, la innovación y el uso de nuevas tecnologías”.

La jornada continuó con sendas visitas al Polo de Contenidos Digitales del Ayuntamiento de Málaga y al Museo Automovilístico y de la Moda de Málaga, donde, además de mostrar las instalaciones a la delegación motrileña, se informó acerca de la realización de diversas acciones en las que participa conjuntamente la Cámara de Málaga encaminadas a la digitalización de nuestras pymes y del fomento de las vocaciones emprendedoras.



“Para nosotros -manifestó Sergio Cuberos-, ha sido todo un honor poder acompañar y mostrar las dependencias del Polo Digital y del Museo Automovilístico”, cuya visita resultó del mayor interés para la delegación motrileña, quedando muy complacidos y agradecidos, especialmente hacia la directora del mismo, Mar González, por su disposición para dar a conocer el magnífico contenido que alberga.



# Ayuntamiento de Málaga y Cámara de Comercio firman un convenio para fomentar el emprendimiento y el autoempleo

- Se destinarán 222.000 euros al desarrollo de este Convenio, siendo aportado un 80% por la Cámara con financiación del Fondo Social Europeo y el 20% por el IMFE.

- Se pondrá en marcha un amplio programa formativo para reforzar las capacidades de los emprendedores, facilitando la empleabilidad y su seguimiento futuro a través del Programa España-Emprende.



El Ayuntamiento de Málaga, a través del Instituto Municipal para la Formación y el Empleo (IMFE), y la Cámara de Comercio de Málaga, han firmado un Convenio de Colaboración para el desarrollo del Programa de Formación denominado “Formación a Emprendedores, España - Emprende”, que permitirá la puesta en marcha de una iniciativa encaminada al fomento del emprendimiento, reforzando las capacidades de los emprendedores para garantizar su adaptación al cambio, apoyando el autoempleo y la consolidación empresarial.

En el acto de firma, desarrollado en la sede de la Corporación cameral, estuvieron presentes el concejal delegado de Educación, Juventud y Fomento del Empleo y vicepresidente del IMFE, Luis Verde Godoy, y el presidente de la Cámara Oficial de Comercio de Málaga, Sergio Cuberos Lara.

Este proyecto cuenta con un presupuesto total para actividades de 222.000 euros, siendo financiado en un 80% por la aportación de la Cámara a través de la subvención recibida por el Fondo Social Europeo, que asciende a 177.600 euros, mientras que el otro 20%

restante, será aportado por el IMFE, por un importe de 44.400 euros.

Las actividades a desarrollar en el marco de este Convenio tienen como objetivos principales la potenciación del autoempleo y la sostenibilidad de las actividades económicas, generando autoconfianza y motivación, así como el desarrollo de habilidades profesionales y sociales que incrementen la empleabilidad y la inclusión social, especialmente generando redes de contactos a través de la formación y en colaboración con el tejido empresarial, buscando igualmente el incremento de nuevos proyectos y la supervivencia de los mismos.

Para ello, se llevarán a cabo acciones formativas de carácter presencial y online que generen las habilidades y competencias necesarias para el autoempleo y la consolidación empresarial, además de actividades complementarias del Programa España-Emprende, como jornadas y talleres de orientación y sensibilización, mentoring, seguimiento, etc., ofreciendo así la Cámara una continuidad al programa formativo con servicios de apoyo futuro a los participantes.



**La forma más rápida y eficaz de aprender a gestionar empresas**

**MASTER EN ADMINISTRACIÓN  
DE EMPRESAS (MBA)**

**Duración: De Octubre de 2022 a Julio de 2023**

**Horario: Viernes tarde y sábados mañana**

**INFORMACIÓN Telf.: 951 988 641**

**[www.master-malaga.com](http://www.master-malaga.com)**

**Cámara**  
Málaga

## Azerbaiyán busca ampliar relaciones comerciales con Málaga



El embajador de la República de Azerbaiyán en España, Ramiz Ayvaz oglu Hasanov, se ha entrevistado con el presidente de la Cámara de Comercio de Málaga, Sergio Cuberos Lara, para establecer un primer contacto oficial con nuestra provincia y estudiar las posibilidades de ampliar las relaciones comerciales de las empresas malagueñas con aquel país.

En dicho sentido, ambos representantes se mostraron interesados en analizar las posibilidades que pueden darse para las empresas de ambos países, manteniendo para ello futuros contactos, destacando por parte del señor Hasanov el interés de su país en estrechar aún más los lazos con España y, particularmente, con la provincia de Málaga, dado su destacado impulso económico en la economía de Andalucía, sobre todo en el sector tecnológico.

Del mismo modo, el señor embajador, comentó el gran interés que tienen en conocer empresas españolas que puedan estar interesadas en participar en la reconstrucción de parte del territorio de Azerbaiyán, para lo cual se van a estudiar las necesidades y potenciales oportunidades a fin de ponerlo en conocimiento de dichas empresas.

Actualmente, y aunque las cifras no son muy significativas, la balanza comercial con Azerbaiyán es positiva para la provincia de Málaga, dado que exportamos a dicho país en el último ejercicio de 2021 por valor de 57.360 euros, mientras que las importaciones sólo alcanzaron los 6.600 euros. Los productos exportados desde Málaga fueron principalmente máquinas, aparatos y material eléctrico, prendas y complementos, manufacturas de papel, calzado y madera y sus manufacturas.

## Visita a la Cámara del Embajador de Letonia en España

El embajador de Letonia en España, Maris Klišans, se ha entrevistado en la Cámara de Comercio de Málaga con el presidente de la misma, Sergio Cuberos Lara, con el ánimo de conocer más en profundidad el tejido empresarial malagueño y las posibilidades de negocio con empresas de nuestra provincia.

Concretamente, la delegación letona que ha visitado la Cámara, estaba compuesta, además de por embajador, por el cónsul honorario de Letonia en Málaga, Fausto Martínez Villa, y por la jefe de la División de Transferencia de Tecnología de la Agencia de Inversiones y Desarrollo de Letonia, Natalija Pavluha.

Durante este encuentro, se han tratado diversas posibilidades para ampliar las relaciones bilaterales y las posibles fórmulas de cooperación que permitan aumentar el negocio existente entre ambas regiones, así como para facilitar a las empresas de ambos países la apertura de nuevos mercados.

En este sentido, el embajador letón, presentó su país como una de las mejores regiones de Europa para invertir o captar negocios, lo que favorece la proyección exterior de las empresas, y se interesó especialmente por los sectores malagueños de empresas tecnológicas, agroalimentarias y turísticas, así como por los procesos de digitalización que siguen las pymes.



El intercambio comercial Málaga - Letonia registró un saldo negativo para nuestra provincia el pasado año de -59.540 euros, ya que mientras nuestras exportaciones, centradas, entre otros productos, en frutas y material eléctrico, alcanzaron los 2.739.050 euros, las importaciones desde Letonia, principalmente en cereales y madera supusieron 2.798.590 euros.



# 1ER ENCUENTRO EMPRESARIAL **Cámara** Málaga JAÉN *we* EN MÁLAGA



## Sumar esfuerzos para generar sinergias entre Málaga y Jaén

Ahondar en la complementariedad entre las provincias de Jaén y Málaga; crecer en la colaboración entre administraciones públicas y tejido empresarial y abrazar, en definitiva, las nuevas oportunidades de crecimiento para jiennenses y malagueños y en beneficio de toda Andalucía. Tales son los objetivos con los que se ha celebrado el Encuentro Empresarial “Jaén vive en Málaga”, que tuvo como escenario para su estreno el Auditorio del Museo Picasso de Málaga.

La Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), en alianza con la Confederación de Empresarios de Málaga (CEM), la Confederación de Empresarios de Jaén (CEJ) y CaixaBank, ha organizado este evento, contando también con la colaboración especial de la Casa de Jaén en Málaga y de FYCMA Palacio de Ferias y Congresos de Málaga. Este primer Encuentro ha puesto el foco en aquellos ámbitos considerados clave para el aprovechamiento de nuevas oportunidades de desarrollo para Jaén y Málaga: la colaboración pública entre territorios; la colaboración académica con vínculos sólidos entre la esfera de la Universidad y el ámbito empresarial, afrontando de la mano los retos del I+D+i; y la visión de las propias empresas, pymes y autónomos sobre los desafíos y las particularidades de sus provincias, con unidad de acción empresarial.

### Aportación de Málaga y Jaén a la “marca Andalucía”

En palabras del presidente de la patronal andaluza y de CEM, Javier González de Lara, el objetivo es “subrayar, dentro del concepto “marca Andalucía”, lo mucho que aportan Málaga y Jaén a la construcción de esa Comunidad más grande y próspera que queremos. Las economías y las empresas de ambas provincias pueden seguir creciendo en bienestar y en riqueza si le damos una vuelta de tuerca a esa colaboración entre territorios. Este es un encuentro vivo, activo y colaborativo, en el que desde los sectores público y privado buscamos un diagnóstico y una hoja de ruta para perseverar en la colaboración entre ambas provincias”.

Por su parte, el presidente de CEJ destacó la importancia de iniciativas que sirvan para dar a conocer las ventajas y potencialidades estratégicas de provincias como Jaén y “trabajen por el crecimiento equilibrado de territorios”. Para Bartolomé González, “la desigualdad en este sentido siempre se traduce en la pérdida de oportunidades en ambas direcciones”.

Para el director territorial de CaixaBank, Juan Ignacio Zafra, “Jaén vive en Málaga” tiene que ver con el compromiso de CaixaBank por el desarrollo de Jaén y de Andalucía en general. Este evento, liderado por CEA y respaldado por las

instituciones empresariales y políticas, es una oportunidad magnífica para generar sinergias reales económicas, empresariales e institucionales entre ambas provincias”.

Esta primera edición de “Jaén vive en Málaga” ha contado con el respaldo del consejero de Hacienda y Financiación Europea de la Junta de Andalucía, Juan Bravo, y de los regidores Francisco de la Torre y Julio Millán, alcaldes de Málaga y Jaén. Junto a ellos, Francisco Salado, presidente de la Diputación de Málaga, y Francisco Reyes, presidente de la de Jaén, así como José Luis López Fuentes, representante de la Casa de Jaén en Málaga, que ha ejercido de conductor del evento.



Las mesas redondas contaron con una nutrida representación de las administraciones, la empresa y la Universidad andaluzas. Natalia Sánchez, vicepresidenta ejecutiva y secretaria general de CEM, moderó el coloquio “Colaboración empresarial” con los ponentes Sergio Cuberos, presidente de la Cámara de Comercio de Málaga; José María Villén, presidente de la Cámara Linares, y, Luis Miguel Piña, vicepresidente de la Cámara de Andújar.

El catedrático de Biología Celular de la Universidad de Málaga José Becerra ha moderado el diálogo en torno a la colaboración académica entre los también catedráticos José Ángel Narvárez y Juan Gómez, rectores de la Universidad de Málaga y la Universidad de Jaén, respectivamente. Y ya en el tiempo dedicado a “Una visión desde las empresas” y de la mano de Paco Vañó, director general de Grupo Castillo de Canena, el coloquio con Domingo de Torres, presidente de Puerto Seco de Antequera; Antonio Luque, presidente de Grupo DCOOP; Juan Manuel Bueno, consejero delegado de Vialterra; y Cristóbal Gallego, presidente de Jaencoop Grupo.





## La distribución comercial alimentaria, gran aliada frente a la despoblación en Andalucía

La Cámara de Comercio de Málaga acogió el pasado 18 de mayo el acto de presentación en Málaga de la Campaña “La distribución comercial frente a la despoblación en Andalucía”, impulsada por la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) y la Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades de la Junta de Andalucía.

El acto contó con la participación del secretario general de CAEA y presidente de la Cámara de Comercio de Málaga, Sergio Cuberos; la delegada territorial de Empleo, Formación, Trabajo Autónomo, Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades en Málaga, Carmen Sánchez Sierra; y la directora de “Sabor a Málaga”, Leonor García-Agua.

En su intervención, Sergio Cuberos, significó que el principal objetivo de la Campaña es “informar y sensibilizar sobre la importancia que posee el sector de la distribución comercial alimentaria para la vertebración social y económica de Andalucía y, en concreto, para frenar la despoblación, poniendo en valor el significativo papel que lleva a cabo el canal mayorista, así como el de todos y cada uno de los eslabones de la cadena de valor alimentaria: sector productor, industria, transformación, transporte, canal mayorista y plataformas logísticas, comercio minorista y canal horeca”.

En la actualidad, añadió Cuberos “la provincia de Málaga cuenta con 6.650 comercios de alimentación de los que 700 son supermercados de distribución moderna organizada, cumpliendo así la distribución comercial una triple función: social, garantizando el abastecimiento a todos los andaluces y evitando la despoblación; económica, generando riqueza y valor en los municipios andaluces; y medio-ambiental, reduciendo el impacto en emisiones, dado que, por una parte, el comercio de proximidad es el más sostenible al acudir andando a las tiendas el 90% de los consumidores y, por otra, la centralización de mercancías permite optimizar rutas y abastecer con un solo

camión a muchos comercios, avanzándose además hacia la modernización de flotas con modelos energéticamente más eficientes”.

Hizo alusión a la coyuntura actual de subida de precios, escenario que “preocupa al sector de la distribución, que se encuentra al límite ante los incrementos exponenciales de los costes en electricidad, carburantes y materias primas, y que está haciendo un gran esfuerzo en eficiencia y productividad para trasladar a precios del producto final lo menos posible el incremento de costes que sufren todos los eslabones de la cadena alimentaria, desde el campo hasta el lineal, solicitando al Gobierno medidas urgentes como la rebaja del IVA de los productos de alimentación y gran consumo, así como ser considerado gran consumidor esencial de energía a fin de poder negociar tarifas más favorables con las compañías eléctricas”.

La delegada territorial de la Junta de Andalucía, Carmen Sánchez Sierra, destacó que desde la Junta de Andalucía “apoyamos esta campaña donde se pone en valor la cadena de distribución alimentaria que en Andalucía y, concretamente, en Málaga, es fruto de un esfuerzo incansable de empresarios productores y distribuidores mayoristas y minoristas, que se han dejado la piel para que los andaluces no notemos las tensiones a las que estaban sometidos, demostrando que la vocación de servicio está por encima de todo”.

Por último, la directora de “Sabor a Málaga”, Leonor García-Agua, resaltó que la vertebración territorial de Málaga “es muy importante, así como potenciar los productos de la provincia, como lo realizamos a través de ‘Sabor a Málaga’, de forma que la riqueza queda en Andalucía y para ello el canal de la distribución es fundamental”. “Felicitó a CAEA por esta excelente Campaña, que pone en valor la labor del sector comercial, que ofrece las máximas garantías de abastecimiento, seguridad alimentaria y calidad, equilibrando los derechos de los ciudadanos vivan donde vivan”.





## Jornada sobre los fondos Next Generation

Banco Santander y la Cámara de Comercio de Málaga han celebrado en la sede de esta última, una jornada sobre los fondos Next Generation, dirigida a las empresas malagueñas.

En esta jornada han intervenido el secretario general de la Cámara, José María Gómez; el director de Instituciones Territorial del Banco Santander en Andalucía, Miguel Nogales, y el socio de KPMG, Fernando Casas.

Durante el encuentro, en el que han colaborado KPMG y Local Europe, se ha querido transmitir un mensaje de optimismo hacia las empresas de nuestra Comunidad, dada la cifra que será repartida entre los estados miembros de la Unión Europea, que supondrá 1,8 billones de euros, de los que 750.000 millones se corresponden a los Next Generation y el resto al Marco Financiero Plurianual.

Para esta labor, Banco Santander y KPMG, junto a Local Europe, han establecido una alianza con el objetivo de facilitar a las empresas el acceso a la información e identificación de programas de ayudas de fondos europeos en base a su perfil, además de ofrecer asesoramiento personalizado en la tramitación y presentación de solicitudes de ayudas públicas.

Desde Banco Santander en Andalucía han recordado que el objetivo de esta entidad es el de contribuir al progreso de las personas y de las sociedades en las que se integra, con un apoyo permanente a las empresas como motores del crecimiento económico.

Por su parte, Fernando Casas, socio de KPMG, ha expuesto que, a pesar de estar en el momento oportuno, “es posible que podamos encontrarnos con una serie de obstáculos para acceder a estas ayudas europeas, destacando entre estos un amplio desconocimiento sobre las mismas por parte de las empresas y, por otro lado, la complejidad que suponen los trámites para poder obtenerlas.”

Igualmente, ha indicado el señor Casas, que “tan sólo un 9% de las empresas consiguen acceder a las ayudas de los fondos de recuperación europeos y, de estas, el 80% son siempre las mismas, precisamente por las muchas dificultades que se presentan para obtener a las mismas.”

Entre las ayudas puestas en marcha por la Unión Europea caben destacar los incentivos regionales; las líneas CDTI; las iniciativas de autoconsumo y almacenamiento energético; los programas H2; y el Kit Digital.

Más información en la plataforma:  
<https://santander.tufinanzacion.com>



**Tan sólo un 9% de las empresas consiguen acceder los fondos Next Generation y, de estas, el 80% suelen ser las mismas, dadas las dificultades que se encuentran, según KPMG.**

# Programa España Emprende, apoyo a la creación y consolidación de empresas

La Cámara de Comercio de Málaga participa con un Gabinete de Asesoramiento, en el programa Plan de Emprendimiento España Emprende cuyo objetivo es sensibilizar a los emprendedores/as y a su entorno hacia el autoempleo y la actividad empresarial, actuando como instrumento eficaz para la creación y consolidación de empresas.

Este programa se encuadra en el marco del Programa Operativo Empleo, Formación y educación, cuyo objetivo es promover la sostenibilidad y la calidad en el empleo, favorecer la movilidad laboral, promover el trabajo por cuenta propia, el espíritu emprendedor y la creación de empresas, incluidas las microempresas y las pequeñas y medianas empresas innovadoras.

## ¿Qué coste tiene?

La participación en el mismo no tiene coste, ya que está financiado por el Fondo Social Europeo (FSE) y por las propias Cámaras de Comercio.

## ¿A quién va dirigido?

España Emprende es un programa pensado y especialmente dirigido tanto a emprendedores/as, como empresarios/as con inquietudes emprendedoras,

una idea o proyecto de negocio o con un plan de modernización o ampliación.

Este proyecto 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.

## ¿Qué servicios que se prestan en el Gabinete?

Información empresarial, asesoramiento y orientación empresarial, desarrollo de una estrategia de sensibilización y animación para emprender, apoyo a la creación y consolidación de redes europeas y nacionales.

## ¿Dónde puedes obtener más información?

Este programa ha incorporado un nuevo servicio de asesoramiento online que ofrece la resolución de consultas personalizadas a través de Internet. Asimismo, se ha creado una página en la que se han incorporado nuevas áreas de información, entre ellas las relacionadas con financiación, formación, creación de empresas o documentación, e impulsando la participación del usuario en redes de emprendimiento y colaboración empresarial.



## 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.

Infórmate en: [emprende@camaramalaga.com](mailto:emprende@camaramalaga.com) - Teléfono 952211673





## La Cámara de Comercio de Málaga se adhiere a la red Somos FP Dual



Las Cámaras de Comercio de Málaga, Murcia, Granada y Ciudad Real se incorporado al proyecto Somos FP Dual, la red de embajadores formada por chicos y chicas que estudian o han estudiado FP Dual y cuyo objetivo es difundir entre otros jóvenes como ellos las ventajas de este modelo de enseñanza que se desarrolla preferentemente dentro de las empresas. Así, las nuevas cámaras se suman a las de Tarragona, Sevilla, Madrid y Navarra en el impulso a la empleabilidad de sus jóvenes mientras fomentan la productividad de su tejido empresarial.

Inmaculada Riera, directora general de la Cámara de Comercio de España, afirma: “esta adhesión es un nuevo salto cualitativo para la iniciativa porque se aumenta la capilaridad y las posibilidades de hacer extensiva la FP Dual a todos los rincones de nuestro país. Al fin y al cabo, la implantación de esta modalidad en la oferta de las enseñanzas de FP depende, como toda la oferta educativa, de cada Comunidad Autónoma”.

Sergio Cuberos, presidente de la Cámara de Málaga, que representa a 1224 empresas, afirma: “Las Cámaras hemos venido desde hace años insistiendo en la necesidad de adecuar la formación profesional a las demandas de trabajo de las empresas, por ello, el modelo de Formación Profesional Dual es una fórmula clave para mejorar la empleabilidad de nuestros jóvenes, facilitándoles el camino para acceder al mercado laboral y adecuándose a los perfiles profesionales que demandan las empresas”. En este momento hay en marcha en la provincia 106 proyectos de FP Dual en 39 centros. “Es necesario adoptar cuantas medidas nos permitan ofrecer nuevas alternativas y perspectivas de futuro para alentar y sacar de la desesperanza a tantos y tantos jóvenes que no encuentran trabajo”, opina Cuberos y añade: “La Cámara de Málaga quiere prestar su más firme compromiso para desarrollar una Formación Profesional Dual de calidad en nuestra provincia que permita la reducción de la alta tasa de paro juvenil que, lamentablemente, soportamos”.

Y es que los jóvenes españoles encuentran dos grandes problemas a la hora de incorporarse al mercado laboral: por un lado, la brecha existente entre su formación y las necesidades reales de las empresas; por otro, la escasez de vocación para determinados puestos con la consiguiente desesperación de muchas compañías, que no encuentran mano de obra cualificada. Para solventar ambos problemas, se puso en marcha en 2012 el nuevo modelo de enseñanza FP Dual, del que este año se cumplen 10 años, que permite a los jóvenes cursar gran parte de sus estudios en el ámbito de la empresa. Y los números lo avalan, pues la inserción laboral de estos chicos y chicas es de un 70% y llega incluso al cien por cien en algunos programas.

Sin embargo, desde su implantación solo un 4% de los estudiantes escoge este modelo, bien porque ni siquiera lo conocen o porque no se ofrece en los centros ante la falta de empresas donde realizar los estudios. Conscientes de ello, la Fundación Bertelsmann y LIDL Supermercados decidieron en 2018 crear una red de jóvenes estudiantes de FP Dual que se convirtiesen en embajadores del modelo y que, a través de sus experiencias personales, animasen a otros chicos a realizar estos estudios. Al proyecto se unió la Cámara de Comercio de España que incorporó la cofinanciación del Fondo Social Europeo. La red Somos FP Dual cuenta ya con 145 embajadores que en 2021 han realizado 105 encuentros en diferentes lugares de toda España. Con ello, 9.466 estudiantes han podido conocer de primera mano su experiencia.

El pleno del Congreso de los Diputados aprobó el pasado mes de diciembre la nueva Ley de Formación Profesional. Esta norma pretende potenciar y modernizar los estudios de FP para que, entre otras cosas, el alumnado desarrolle una parte sustancial de su aprendizaje en las empresas del sector en el que pronto buscará su primer empleo y, por lo tanto, lograr que toda la FP se asemeje cada vez más al modelo que propone la FP Dual.



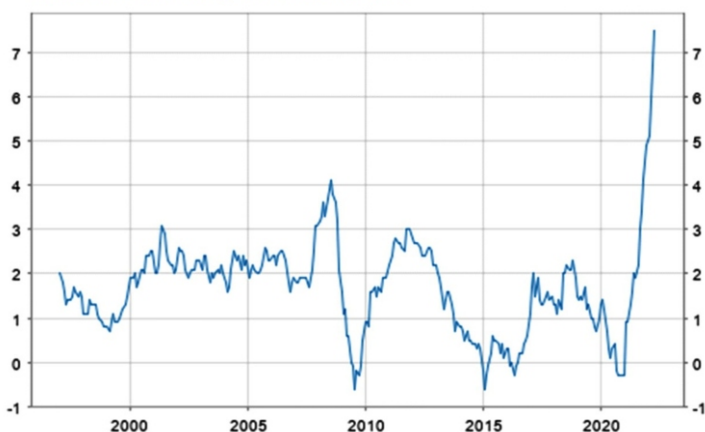
# Cómo gestionar la inflación: banco central, administraciones y empresa

## Gumersindo Ruiz

### Cómo hemos llegado a esta situación

Los datos más recientes muestran incrementos anuales de los precios al consumo de 8,5% en Estados Unidos, 7,5% en la Eurozona, y ocho décimas más en España; son excepcionales los países con tasas inferiores al 5%. En el gráfico, para el área del euro vemos que los precios se han mantenido en el entorno del 2% - objetivo del Banco Central Europeo (BCE)- durante más de veinte años. Incluso, tras alguna subida puntual, se entra en un período de deflación con una economía en bajo crecimiento tras la Gran Crisis financiera e inmobiliaria, que lleva al BCE -siguiendo la pauta de otros bancos centrales- a fijar en cero el tipo de interés y cobrar hasta un 0,5 por los depósitos en el Banco. Además, emprende un programa de compras de deuda pública y privada que superan hoy los 8,6 millones de millones de euros. La pandemia y la guerra han llevado también a apoyos públicos enormes para mantener la demanda de consumo, la actividad empresarial y el empleo.

Índice armonizado precios Zona Euro



### Confianza en las fuerzas deflacionistas de la economía global

Sin embargo, la competencia en la economía internacional, globalización de los intercambios, economías de escala y eficiencia, formación de precios bajos en el comercio on line, y precios de la energía que revertían a un equilibrio, hacían pensar que pese a las políticas monetaria y fiscal expansiva, los precios se mantendrían estables. Esta situación se quiebra por los

impactos externos en la cadena de suministros, caída de producción, y colapso del transporte, debido a la pandemia; contribuye especialmente la drástica respuesta de China con cierre de centros de producción y ciudades enteras, y después la guerra, que incide directamente en la tendencia al alza de los precios de la energía y materias primas. Nos encontramos, pues, en una situación peculiar en que hay una disrupción de algunas actividades productivas y escasez de energía y materias primas, pero, sin embargo, se ha mantenido la capacidad de funcionamiento de la empresa, el empleo, y la demanda de consumo, lo que da lugar lógicamente a subidas en los precios.

### Qué pueden hacer los bancos centrales

Los bancos centrales no van a revertir de manera brusca sus políticas, desestabilizando los mercados de capitales y creando aún más incertidumbre económica, pero se está produciendo una subida de tipos sincronizada por los principales bancos. El BCE, aunque mantendrá los activos comprados en su balance (8,6 millones de millones de euros), frena poco a poco las compras de deuda pública y privada, lo que tendrá un efecto en el coste de financiación. Puede dejar de cobrar por los depósitos, e influir en la elevación del interbancario, y en el caso de España pasaría de estar en negativo (lo cual es anómalo) a ligeramente positivo, presionando al alza en los tipos de referencia hipotecarios, y restando capacidad de consumo. Sin duda va a elevar este año el tipo de interés, pero estas subidas siempre estarían por debajo de las de los precios - en Estados Unidos se espera que no lleguen al 3% hasta 2023-. Si esto aprecia algo el euro frente al dólar sería un cierto alivio para las importaciones de energía; en cualquier caso, conseguiría una menor demanda de consumo y un cierto equilibrio en los precios. La bajada del precio en los mercados de capitales, inflados por años de políticas de tipos ínfimos, y en cierta medida el inmobiliario, reduciría también la presión de la demanda de consumo asociada con la revalorización de activos. El BCE puede intentar anclar las expectativas de inflación, de manera que las empresas reduciendo márgenes (los arrendadores reduciendo sus expectativas), y los trabajadores no repercutiendo la inflación en costes salariales, evitaran la generalización de las subidas. La proyección del BCE de precios es de 5,1% para 2022 y estabilidad en 2023 y 2024 en el 2%; más del 50% de la inflación se imputa al impacto externo de la energía, y casi un 15% a la cadena de suministros, que en una situación normal tendría



que ajustarse, pero ni el BCE ni nadie puede valorar cómo la guerra y los embargos van a determinar la evolución de ese impacto.

### Difficil equilibrio para los gobiernos

Los países del área del euro tienen escasa capacidad para actuar aisladamente, y han de apoyar la política adaptativa del BCE, así como los acuerdos de la Comisión y Parlamento Europeo. Pero soportan protestas y huelgas, que llevan a adoptar medidas como la subvención del precio de los carburantes, cuando la racionalidad económica aconsejaría lo contrario, penalizar, racionar, y reducir el consumo, como forma de obligar a los productores a bajar precios. Igual ocurre con el gas y la luz, donde no se observa un cambio en los hábitos de consumo hacia el ahorro. Ocasionalmente se podría apoyar a sectores productivos donde una parte sustancial del coste medio de producción es la energía; pero es más conveniente financiar la renovación de la anticuada flota de transporte (diez años de media más antigua que la europea), que seguir subvencionando el carburante. Igual ocurre con la aceleración de las inversiones en rehabilitación energética de inmuebles. Desde la oferta, aumentar la producción energética exige facilitar la puesta en funcionamiento de los proyectos de energía alternativa, y aquí la responsabilidad de comunidades autónomas y ayuntamientos es crucial. En cuanto a política fiscal el margen de maniobra es escaso, pues los impuestos sobre la energía la encarecen, pero tienen un papel regulador del consumo; y el gasto está sujeto a los compromisos para aprobación de presupuestos, que determina un Parlamento con visiones e intereses muy diversos.

### La gestión empresarial de la inflación

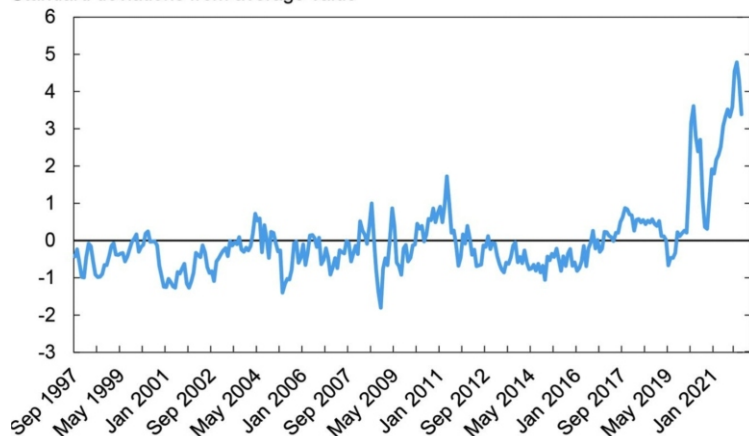
La toma de decisiones con incertidumbre no es ajena a la empresa, que ha de pensar de forma más compleja que en el efecto de la inflación sobre costes, márgenes y beneficios a corto plazo. La situación es diferente por sectores y empresas, de productos y servicios, en cuanto a impacto y capacidad para absorber costes, según su posicionamiento en el mercado, pero es común la necesidad de diseñar una estrategia para mantener la empresa en cualquier escenario de inflación. Como se observa en el gráfico la disrupción en la cadena de suministros es una cuestión recurrente, y no se había aliviado suficientemente antes de la guerra, a principios de 2022. Siguiendo una idea de la consultora Mckinsey, la empresa puede actuar en diversos frentes. Uno de ellos es en los precios, ajustando descuentos y promociones; no todas las tipologías de productos y clientes sufren el mismo impacto, y es distinto gestionar lo que se denomina “arte y ciencia de cambiar los precios” en las relaciones con minoristas o con otras empresas, aunque siempre hay que tener una visión amplia del cliente que no se limita al precio. La segunda línea es la reducción de costes mediante procesos más eficientes en logística, reduciendo el consumo de energía donde hay margen para algunos sectores como la hostelería, el comercio, o en cualquier tipo de oficina y centros de datos; de otro alcance son las actuaciones sobre embalajes, materiales, e incluso características del producto, promocionando en su caso

sustitutos de menor coste. Y en tercer lugar, hay que tomar decisiones con rapidez, seguir las reacciones de clientes, considerar que hay productos que han mantenido el precio mucho tiempo, y otros que no, por lo que la sensibilidad hacia las subidas puede variar; se necesita construir bases de datos y herramientas de análisis que proporcionen información útil para tomar decisiones sobre precios, dentro de una cultura de empresa sensible a la gestión global del precio.

En suma, la inflación surge por un impacto externo sobre la producción y el transporte, a raíz de la pandemia, y se agrava con la guerra que impide una posible reversión al equilibrio en los precios de la energía. La demanda de consumo se mantiene mediante políticas monetarias y fiscales que vienen de lejos, en un afán de apoyar el crecimiento de las economías. Estas dos fuerzas producen un aumento de precios que no es puntual.

#### Presión en la cadena de suministros

Standard deviations from average value



Los bancos centrales pueden reducir la demanda de consumo forzando la subida de tipos y reduciendo compras de deuda, al tiempo que reducen el precio de las inversiones financieras; la elevada liquidez y los tipos aún excepcionalmente bajos no tiene que afectar a las inversiones productivas, pero sí reasignar capital entre sectores y empresas. Su papel es generar expectativas que eviten la generalización de la inflación.

Los gobiernos, central, autonómicos y locales en sus ámbitos pueden favorecer inversiones energéticamente eficientes más que subvencionar el consumo, y a los productores de energía. Igualmente tienen herramientas para estimular la oferta de energías renovables. Sería deseable un equilibrio de ideas, planteamientos y acciones, para aprobar normativas de consenso en el Parlamento, en una situación inédita donde hay que reconocer nuestro desconocimiento sobre el funcionamiento de la economía.

Las empresas, con sus diferentes características y posicionamientos, toman sus decisiones con incertidumbre, lo que requiere flexibilidad, visión compleja de los precios en las relaciones con otras empresas y clientes, y una revisión de procesos, costes y forma de producción. El análisis de datos adecuados a la definición de los problemas ayudará a tomar decisiones más precisas. La cuestión es mirar más allá del impacto de la inflación, y considerar la gestión del precio como un elemento de la cultura de la empresa.



# CAMPAÑA SOLIDARIA

## Malagueños con Ucrania


SÁBADO 25 DE JUNIO DE 2022 A LAS 21:30 HORAS

en el Colegio de Médicos de Málaga.

ELIGE TU FORMA DE COLABORAR

✓ Haz tu **donación solidaria** al número de cuenta: IBAN ES29 2103 0234 6300 30012984

✓ Asiste a la **cena solidaria** / cóctel con concierto en directo del grupo "Radio Hits".  
Sorteo y regalos.

Reserva tu entrada en el telf. 655 91 13 91   
Donación de 50 euros por invitación.

Promueve

**Cámara**  
Málaga

Organiza

**CR**  
FUNDACIÓN  
César Ramírez  
BISTURÍ SOLIDARIO

A beneficio de

**MAYDAN**  
MÁLAGA

#MALAGUEÑOSCONUCRANIA



La Campaña solidaria "Malagueños por Ucrania", una acción promovida por la Cámara de Comercio de Málaga y organizada por la Fundación César Ramírez Bisturí Solidario, tiene el objetivo de recaudar fondos destinados a la ayuda del pueblo ucraniano, que es representado por la Asociación Maydan-Málaga.

En el acto de presentación estuvieron presentes el presidente de la Cámara de Comercio, Sergio Cuberos Lara; el fundador de la Fundación Bisturí Solidario, César Ramírez Plaza, y la presidenta de MAYDAN-Málaga Asociación Ucraniana en la Costa del Sol, Maryana Kasiv Gurak.

Dicha campaña consiste en una cena-cóctel benéfica que se celebrará el próximo 25 de junio y tendrá comienzo a las 21:30 horas. La celebración contará con la participación de artistas ucranianos que acercarán sus costumbres y cultura a los allí presentes. Además, el acto se clausurará con la actuación en directo del grupo "Radio Hits".

La invitación, a modo de donativo, tendrá un coste de 50 euros por persona. De igual forma se ha puesto a disposición de cualquier malagueño que quiera colaborar el número de cuenta:

**ES29 21030234630030012984**

El propósito que persigue esta campaña es situar a la Málaga solidaria como la 25ª de las 24 provincias que componen el territorio ucraniano, por acoger entre nosotros a casi 25 mil personas provenientes de este país. Con motivo de la invasión rusa, la cantidad de refugiados ha aumentado y la asociación se ha volcado en su atención y ayuda humanitaria, ya sea acogiendo a aquellos que huyen de la guerra o enviando material de primera necesidad a su país. Es por ello que lo recaudado servirá para financiar campañas en apoyo a los ciudadanos ucranianos, tanto los que se encuentran en la provincia, como aquellos que sufren el horror de la guerra.