

# Cámara

nº 136

## Málaga

- 2** Elecciones Cámara de Comercio: La Junta Electoral declara elegidos los miembros del Pleno.
- 3** Reunión de la Comisión de Turismo de ASCAME en Belgrado.
- 4** El programa "La Brújula" de Onda Cero en el Echegaray.
- 4** III Jornada de Publicidad de la Asociación Malagueña de Empresas de Publicidad.
- 5** La asamblea de MADECA aprueba las actuaciones del II Plan Estratégico Provincial.
- 8** Vivero de Emprendedores, quienes son: T-Ingeniamos y el Consorcio International Pool Technology (IPT).
- 11** Málaga Conarte en México.



# Intelitur

## ÉXITO DEL FORO INTELITUR EN MÁLAGA

### ÉXITO DEL FORO INTELITUR EN MÁLAGA

ASISTIERON MÁS DE QUINIENTAS EMPRESAS RELACIONADAS  
CON EL SECTOR TURISMO

# ELECCIONES CÁMARA DE COMERCIO JUNTA ELECTORAL DE MÁLAGA

## Cámara Málaga



La Junta Electoral, en sesión celebrada el pasado día 30 de Marzo, ha declarado elegidos miembros del Pleno de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Málaga, los candidatos siguientes, en representación de los grupos y categorías que se especifican:

### GRUPO PRIMERO

ENDESA DISTRIBUCION ELECTRICA, S.L.U.

### GRUPO SEGUNDO

SOCIEDAD FINANCIERA Y MINERA, S. A.

### GRUPO TERCERO

SOCIEDAD MALAGUEÑA HERMANOS RUIZ, S. L.

### GRUPO CUARTO

#### CATEGORÍA A

HUTESA AGROALIMENTARIA, S. A.

#### CATEGORÍA B

SARADU, S. L.

#### CATEGORÍA C

GRAFICAS URANIA, S. A.

### GRUPO QUINTO

#### CATEGORÍA A

PAVICOMA, S. L.

SALVADOR GALVAN CALVENTE

CONSTRUCCIONES GALVAN, S. L.

#### CATEGORÍA B

CREDICON, S. L.

#### CATEGORÍA C

CONSTRUCCIONES MIGUEL REBOLLO, S. L.

#### CATEGORÍA D

IELCO, S. L.

### GRUPO SEXTO

#### CATEGORÍA A

SHIPROVISION CO., S. A.

ALMENDRERA DEL SUR, SDAD. COOP. AND.

#### CATEGORÍA B

MASKOMO, S. L.

FRANCISCO JAVIER MARTIN PEREZ

RUIZ-RUIZ 2006, S. L.

#### CATEGORÍA C

ONIEVA GARCIA, S. L.

DAFRAN TEXTIL, S. L.

#### CATEGORÍA D

ALFONSO MONLLOR GONZALEZ

#### CATEGORÍA E

UNION INDUSTRIAL Y NAVAL, S. A.

ENRIQUE GIL FERNANDEZ

GOMEZ Y MOLINA JOYEROS, S. L.

#### CATEGORÍA F

CAMARA LOGISTICA DE INVERSIONES, S. A.

#### CATEGORÍA G

OVIDIO ROSADO REINA

#### CATEGORÍA H

VALMARGO, S. L.

SILVESTRE CHACON GARRE

CAFETERIA DIGAL, S. L.

CASANOVA DE NOCHE, S. L.

#### CATEGORÍA I

MARVERA, S. A.

#### CATEGORÍA J

ANTONIO PUERTAS GALLARDO

### GRUPO SÉPTIMO

#### CATEGORÍA A

RAFAEL GARCIA MARTIN

TORCAL INNOVACION Y SEGURIDAD, S. L.

#### CATEGORÍA B

JERONIMO PEREZ CASERO, S. L.

### GRUPO OCTAVO

#### CATEGORÍA A

UNIGEST, S.G.I.I.C., S. A

#### CATEGORÍA B

AUREN INGENIERIA, S. L.

ASESORIA IRUAL, S. L.

### GRUPO NOVENO

LOCUPHONE GROSS, S.L.L.

INSTITUTO TECNICO PARA LA  
COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

### GRUPO DÉCIMO

#### CATEGORÍA A

JUAN IGNACIO MERIDA FERNÁNDEZ

#### CATEGORÍA B

JOSE SERRALVO SERRALVO

# REUNIÓN DE LA COMISIÓN DE TURISMO DE ASCAME EN BELGRADO



El pasado día 24 de febrero, tuvo lugar en la sede de la Cámara de Comercio de Belgrado (Serbia), una reunión de la Comisión de Turismo de la Asociación de Cámaras de Comercio del Mediterráneo (ASCAME), cuya presidencia ostenta la Cámara de Comercio de Málaga, y en la que se trataron importantes asuntos, entre los que destacaba la organización del Foro de Turismo en el Mediterráneo MEDITOUR 2010, a celebrar en Málaga el próximo mes de septiembre.

Asistieron a esta reunión, además de Jerónimo Pérez Casero, presidente de la Cámara de Comercio de Málaga y de la citada Comisión de Turismo de ASCAME, Antonio García del Valle Gómez, presidente de la Comisión de Turismo de la Cámara de Comercio de Málaga; George Michaelides, presidente Asociación de Turismo Cultural de la Cámara de Comercio de Chipre; Bruno Santori, vicepresidente de la Cámara de Comercio de Pescara; Pia Pohjolainen, responsable promoción e internalización de la Cámara de Comercio de Pescara; Levent Benal, presidente de la Comisión de Turismo de la Cámara de Comercio de Alanya; Zoran Novakovic, de la Cámara de Comercio de Serbia; Pia Pohjolainen, responsable de promoción e internalización de la Cámara de Comercio de Pescara; Nikolin Joka, presidente de la Cámara de Comercio de Tirana; Koli Sinja, director de Relaciones Internacionales de la Cámara de Comercio de Tirana; Olivera Kiro, secretaria general de la Cámara de Comercio de Serbia, y, Ezgi Biger, de la presidencia de ASCAME.

Jerónimo Pérez Casero, tomando la palabra, agradeció a los asistentes la confianza depositada en su persona y en la Cámara de Comercio de Málaga, al ser reelegido como presidente de la Comisión de Turismo de ASCAME.

El principal objetivo de esta reunión era informar sobre los avances en el programa de Meditour 2010, así como, de los proyectos de turismo enmarcados en el programa Invest Inmed que se están desarrollando actualmente.

El Foro Meditour de Turismo en el Mediterráneo, organizado por ASCAME conjuntamente con la Cá-

mara de Málaga, se desarrollará en el próximo mes de Septiembre en nuestra ciudad, concretamente entre los días 22 al 25, coincidiendo con la Feria Internacional de Turismo Cultural, que reúne a grandes destinos, empresas y profesionales del turismo cultural a nivel internacional.

Igualmente, hizo un llamamiento a los miembros de la Comisión y a todas las Cámaras de ASCAME, para hacer de Meditour 2010 un evento de éxito en todos los sentidos.

Por su parte, Antonio García del Valle explica la metodología que se desarrollará en Meditour 2010 con objeto de dar dinamismo a este Foro. Para ello, tendrá lugar la exposición de diversas ponencias por destacados expertos internacionales, encuentros empresariales, así como la ubicación de stands, y se tratará que los asistentes tengan un papel participativo en el Foro, con el fin de obtener una retroalimentación y dar cabida a todos los agentes que forman parte del sector turístico.

En otro orden de cosas, García del Valle expuso la situación en la que se encuentran cada una de las cinco acciones que componen el proyecto INVEST IN MED de la Cámara de Málaga "ETINET": estudio de turismo cultural, estudio de turismo náutico, B2B de turismo cultural, B2B de turismo náutico y un taller de inversiones turísticas. De las cinco acciones, actualmente están en marcha los dos estudios, el estudio de turismo cultural está en fase de revisión y el de náutico en fase de elaboración del cuestionario para pedir información a los puertos.

## EL PROGRAMA “LA BRÚJULA” DE ONDA CERO EN EL ECHEGARAY



El pasado día 22 de Marzo, tuvo lugar el desarrollo y retransmisión en directo desde el Teatro Echegaray de Málaga, del programa “La Brújula” de Onda Cero, seguido por un numerosísimo público que llenó por completo el aforo del teatro y que pudo comprobar y disfrutar en vivo de la realización de este prestigioso programa de radio que dirige Carlos Alsina, contando con la presencia, además de éste, del resto de colaboradores que intervienen en el mismo.

El citado programa estuvo precedido por un almuerzo-conferencia denominado “Málaga Avanza”, organizado igualmente por Onda Cero, al que asistieron numerosas autoridades y personalidades de diversas instituciones y entidades de nuestra provincia. En este acto, intervinieron el presidente de Onda Cero, Javier González Ferrari, así como el catedrático de Economía y tertuliano del programa “La Brújula”, Carlos Rodríguez Braun.

Durante el programa, que contó con todas sus secciones habituales, se desarrolló la conocida “Brújula de la economía”, en la que tuvo ocasión de participar el presidente de nuestra Cámara, Jerónimo Pérez Casero, junto a Carlos Alsina, Carlos Rodríguez Braún, Ignacio Rodríguez Burgos y José Ramón Iturriaga, que comentaron y analizaron diversos aspectos del momento actual de la economía.

4



### III JORNADA DE PUBLICIDAD DE LA AMEP

El pasado viernes, día 19 de Marzo, se celebró en la Facultad de Ciencias de la Comunicación la Jornada titulada “La Liga de las Marcas: claves y estrategias publicitarias”, organizada por la Asociación Malagueña de Empresas de Publicidad (AMEP), y patrocinada por la Fundación Unicaja, la Cámara de Comercio de Málaga, la Confederación de Empresarios de Málaga y la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga.

Los gestores de marca del Real Madrid, C.F., Málaga C.F. y Unicaja Baloncesto abordaron la marca en el mundo de deporte profesional y expusieron todas las acciones desarrolladas para potenciar y fidelizar este importante elemento de publicidad y marketing en sus respectivos clubes.

El sentimiento y orgullo malaguista; el deporte es vida y su vertiente social, filosofía de Unicaja Baloncesto y la marca Real Madrid, como icono deportivo máximo generador de ingresos en el mundo del deporte, fueron ejes fundamentales en las respectivas ponencias.

El Presidente de AMEP, Esteban Bueno, explicó que el tema elegido para esta Jornada, “la marca” tiene especial incidencia en la época de crisis que vivimos, ya que las empresas que apuestan por ella, en estos tiempos, saldrán fortalecidas en el futuro.

# LA ASAMBLEA DE MADECA APRUEBA LAS ACTUACIONES DEL II PLAN ESTRATÉGICO PROVINCIAL

La Asociación prevé que el borrador de este segundo plan esté listo en diciembre de 2010

La Asociación 'Málaga Desarrollo y Calidad' (MADECA), entidad que impulsa la Diputación de Málaga junto a otras 23 entidades sociales y económicas de la provincia, ha aprobado en su Asamblea las actuaciones que llevará a cabo dentro del II Plan Estratégico para la provincia de Málaga. La Asamblea de MADECA, que se ha celebrado en la Cámara de Comercio de Málaga, ha servido para destacar los principales proyectos que se ha marcado la Asociación para el 2010.

Con el fin de reformular el Plan de Actuaciones Estratégicas de la provincia, la Asociación pondrá en marcha en el mes de abril distintas mesas territoriales, en las que se convocará a los alcaldes y agentes claves (agentes sociales y económicos, técnicos, etc.) de cada una de las comarcas de la provincia para coordinar las actuaciones y proyectos de cada zona, valorar su situación comarcal, identificar las actuaciones estratégicas más adecuadas para el desarrollo sostenible de cada comarca y actualizar los contenidos del Plan.

Para complementar la visión territorial que se obtendrá con estas mesas, se realizarán un conjunto de dictámenes e informes sobre la realidad socioeconómica de la provincia. Para ello, MADECA contará con la colaboración de la Unidad de Planificación Estratégica de la Diputación. Estos dictámenes son esenciales tanto para la reformulación y concreción del nuevo Plan, como para la realización del resto de acciones que tiene comprometidas la Asociación durante los próximos años, tales como el Observatorio Socioeconómico, los Foros Metropolitanos, etc.

A partir de estos análisis y hasta finales de septiembre, la Asociación MADECA convocará mesas de trabajo en las que expertos de cada sector o ámbito de estudio debatirán el diagnóstico estratégico realizado, así como las actuaciones propuestas que conformarán el borrador del II Plan Estratégico Provincial, que se prevé que esté listo para diciembre de 2010.

En la Asamblea de esta institución también se han aprobado definitivamente los estatutos para la denominación de la Asociación como 'Fundación Madeca'. El objetivo es constituir una organización de naturale-

za fundacional privada, sin ánimo de lucro, orientada al interés general de la ciudadanía de la provincia de Málaga y a la cohesión y sostenibilidad de sus territorios y municipios.

Además del II Plan Estratégico Provincial, la Asociación MADECA ha aprobado el proyecto 'Turismo Estable y Promoción de la Autonomía Personal como Nuevo Yacimiento de Empleo en la Axarquía'. Concretamente esta investigación pretende estudiar y reflexionar sobre los potenciales nichos de empleo y demanda de servicios derivados del desarrollo turístico residencial en esta comarca para, a continuación, establecerlos en actuaciones concretas.

En materia de nuevas tecnologías, MADECA firmó recientemente un convenio con la Universidad de Málaga para la creación de un portal online sobre agricultura ecológica en la provincia. Este proyecto de investigación que ahora se presenta permitirá la creación de una red de negocios en Internet para productores, consumidores y distribuidores de productos agrícolas de producción ecológica.

Y, por último, la Asamblea de esta entidad ha dado el visto bueno a la iniciativa 'Salud y turismo. Nuevos enfoques y tendencias', cuyo fin es promover estrategias activas en todos los sectores implicados en el turismo de salud en la provincia: servicios sanitarios, hoteles, operadores e inversores, de forma que puedan desarrollar carteras de servicios asistenciales médicos y quirúrgicos orientados a un turismo fomentador de la restitución del estado de salud.

En esta reunión de la Asociación MADECA han participado la Diputación de Málaga, el Parque Tecnológico de Andalucía, la Delegación de Gobierno de la Junta de Andalucía, el Ayuntamiento de Málaga, la Confederación de Empresarios de Málaga, UGT, CC.OO., la Cámara de Comercio de Málaga, Unicaja y la Universidad de Málaga y los distintos grupos de desarrollo de la provincia, entre otros.





ANTONIO PONCE, EDUARDO MORENO, SALVADOR PENDÓN, JERÓNIMO PÉREZ Y ANTONI COSTA, EN LA INAUGURACIÓN DEL FORO.

El día 16 de marzo, en la sede de la Diputación Provincial de Málaga se desarrolló la tercera edición del Foro Intelitur de Turismo e Innovación, organizado por el Consejo Superior de Cámaras de España, con la colaboración del Consejo Andaluz de Cámaras y la Cámara de Comercio de Málaga, que despertó un gran interés, como lo puso en evidencia la participación de más de quinientas personas relacionadas, directa e indirectamente, con el sector turismo.

6

En la apertura de este evento intervinieron el presidente de la Diputación Provincial de Málaga, Salvador Pendón Muñoz; el presidente de la Cámara de Comercio de Málaga, Jerónimo Pérez Casero; el director gerente del Consejo Superior de Cámaras de Comercio, Eduardo Moreno, y, el presidente del Consejo Andaluz de Cámaras, Antonio Ponce Fernández.

Antoni Costa, director del Centro de Conocimiento, Inteligencia e Innovación Turística (Intelitur), fue el encargado de presentar el desarrollo del programa previsto, en el que se expusieron, por parte de reconocidos expertos a nivel nacional, los cuatro grandes proyectos que conforman esta iniciativa, como son la Eficiencia Energética, por Álvaro Carrillo, director del Instituto Tecnológico Hotelero; la Innovación y Transferencia Tecnológica, por Francisco González Infante, gerente del Área de Innovación Everis; Nuevos Modelos de Negocio y Análisis, por Alfonso Castellano, consejero delegado de MindProject y, finalmente, Análisis y Tendencias del Turismo por Joseph Frances Valls, profesor de Marketing de ESADE.

A la finalización de las ponencias mencionadas, que fueron seguidas con gran interés por el público que

llenó por completo el salón de actos, además de una sala contigua que se habilitó con pantallas para poder seguir el desarrollo de esta jornada, se expusieron también tres casos de éxito por parte de las empresas Visión Innovación Diversión, S.L, representada por Diego Naranjo Sánchez; Viajes Almeida, por Inmaculada Almeida y, Grupo Abades, por Antonio Martín Arjona.

Las Cámaras de Comercio, con la financiación del Fondo Europeo de Desarrollo Regional y la Secretaría de Estado de Turismo han desarrollado el Programa INTELITUR, Centro de Conocimiento, Inteligencia e Innovación Turística, para ayudar a pequeñas y medianas empresas y a agentes relacionados con sector turístico a que alcancen mejoras en innovación y conseguir un mayor nivel de competitividad.

Con el desarrollo de estas jornadas, se pretende ofrecer a las empresas turísticas obtendrán una amplia información sobre los servicios que ofrece este Foro Intelitur de Cámaras, cuyos objetivos básicos son aunar y transferir el conocimiento existente sobre el sector turístico, potenciar la innovación y la transferencia tecnológica, generando instrumentos que permitan a las empresas posicionarse mejor en el mercado y ser

## III FORO INTELITUR DE TURISMO E INNOVACIÓN

más competitivas, y finalmente, promover y fomentar el desarrollo tecnológico y la difusión de las mejores prácticas en el sector turístico, adaptando la oferta a las nuevas exigencias y oportunidades.



Las empresas españolas del sector turismo necesitan una serie de actuaciones y adecuaciones para superar los retos que se le plantean, entre los que destacan:

- El futuro del sector pasa por la constante sintonía con las nuevas tendencias sociales y económicas y su posicionamiento está condicionado a la capacidad de adaptarse y anticiparse a los cambios producidos en la demanda.
- La globalización es un fenómeno que está afectando a todas las facetas de la economía, pero es especialmente intensa en el sector servicios, en el que está inmerso el turismo. Los patrones de demanda y oferta tradicionales requieren una profunda adaptación a las nuevas circunstancias.
- La utilización de las tecnologías de la información está produciendo importantes cambios en el sector y desempeñan un papel clave en el proceso de transformación del turismo
- En el año 2008 comienzan a detectarse los primeros signos de debilitamiento de la demanda turística, provocado, en gran parte, por la contracción del gasto y la disminución del tiempo de estancia de los turistas.
- Paralelamente, se ha dado un fuerte aumento de algunos de los principales costes operativos (incremento del precio de la energía y derivados del petróleo, tipos de interés y alimentos), así como una fortaleza del euro frente a otras divisas.
- Aunque en el actual contexto, el turismo español enfrenta la crisis algo mejor que otros sectores, sí ha provocado reducción de los márgenes empresariales.

En nuestro país, los servicios que componen la oferta turística nos sitúan como segunda potencia en número de turistas e ingresos.

Pertenecen a este sector 359.835 empresas, distribuidas entre los subsectores de Hoteles, Restauración, Agencias de Viaje y Transportes, con un volumen de negocio aproximado de 75.294.475 miles de euros.

El turismo supone el 10, 8% del PIB español y emplea a 1.973.374 personas, arrojando unos datos de producción de 106.374 millones de euros, 47.205 millones de euros de ingresos exteriores, y, un saldo positivo en la balanza de pagos de 27.444 millones de euros.

La presente edición del Foro Intelitur, se enmarca en las acciones previstas tras el acuerdo denominado "2010 Año del Turismo Sostenible del Mediterráneo", recientemente firmado por la Cámara de Comercio de Málaga, la Confederación de Empresarios de Málaga, la Diputación Provincial y el Patronato de Turismo de la Costa del Sol.



**ÁLVARO CARRILLO, FRANCISCO GONZÁLEZ, ALFONSO CASTELLANO, Y FRANCES VALLS, DESPERTARON UN GRAN INTERÉS CON SUS PONENTIAS.**



**JERÓNIMO PÉREZ CASERO DURANTE LA PRESENTACIÓN DE INTELITUR.**

# VIVERO DE EMPRENDEDORES,

De nuevo, volvemos a efectuar una visita a nuestro Vivero de Empresas Galia, para, como venimos haciendo en los últimos números de nuestra revista LA CÁMARA INFORMA, conocer a los emprendedores que allí se encuentran y que, un buen día, decidieron comenzar una andadura en el mundo



## T-INGENIAMOS

T-Ingeniamos surge de las aulas de la Escuela Técnica de Ingeniería de Telecomunicaciones de la Universidad de Málaga. Fue cursando nuestras últimas materias donde observamos la implantación del nuevo código técnico para la edificación (CTE) y detectamos la apertura de un nuevo mercado generado por la demanda de estas nuevas funcionalidades exigidas a los edificios, por lo que aparecían nuevas necesidades en las instalaciones (energía solar, acústica, telecomunicaciones, etc.). También observamos que debido a la desaceleración del mercado de la construcción que busca alternativas para diferenciar su producto mediante la incorporación de valor añadido y la fuerte tendencia social de inclusión tecnológica en el hogar, vimos que la domótica era un elemento clave para aportar nuevas funcionalidades a los inmuebles a un coste muy bajo. Veíamos que la fórmula empleada en edificación en las últimas décadas tenía que evolucionar.

Así, nació la determinación de crear una oficina técnica que unificara ingenieros de distintas competencias para satisfacer estas necesidades.

Paralelamente a la finalización de nuestros estudios, empezamos a formarnos en áreas completamente desconocidas para nosotros, como la creación y administración de empresas. Por ello, acudimos a la Cámara de Comercio de Málaga para recibir asesoramiento. A raíz de estas visitas tuvimos conocimiento del "Programa de Creación y Consolidación de empresas" desarrollado en las instalaciones de la propia Cámara e impartido por la Fundación INCYDE (Instituto Cameral para la Creación y Desarrollo de la Empresa). Se nos asignó un tutor que supervisaba la elaboración del plan de empresas de nuestro proyecto empresarial.



Cada semana acudía un asesor de una área específica que impartía clases (marketing, finanzas, fiscal...) y se nos ofrecía una consultoría personalizada gratuita. De esta forma, podíamos consultar con asesores profesionales todas aquellas dudas que nos surgían en cada área específica. Así, elaboramos un meticuloso plan de empresas, que a su vez, fue la llave para abrir la puerta de algunas ayudas para la creación de empresas, y ha sido el hilo conductor de nuestra actividad y decisiones en los primeros años de vida.

Cuando ya finalizábamos el citado Programa, se nos informó sobre la próxima apertura de un Vivero de Empresas de la Cámara de Comercio de Málaga en el edificio Galia Center, ofreciéndonos la posibilidad de alojarnos en sus instalaciones durante un máximo de un año prorrogable. Era otra oportunidad única que se nos estaba brindando, por lo que seguimos con interés la evolución de las obras y en cuanto pudimos instalamos nuestra oficina en el Vivero Galia.

Realmente, creemos que es indispensable contar con este tipo de apoyo los primeros años de actividad empresarial, puesto que de lo que se trata es de reducir al mínimo los gastos fijos y tener lo más cerca posible las respuestas a las múltiples dudas que surgen en el ámbito empresarial. Nos facilitaron todas las ayudas necesarias para el correcto desarrollo de nuestra actividad, una oficina con mobiliario suficiente, un equipo informático completo, acceso a servicio telefónico, Internet, sala de reprografía, sala de juntas, etc. Con ello, podíamos satisfacer nuestras necesidades y las de nuestros clientes.

Gracias a esta ayuda, hoy en día T-Ingeniamos, pone a su disposición una oficina de nuevas ingenierías para satisfacer las exigencias del Código Técnico de la Edificación, un equipo altamente especializado en Ingeniería Acústica gracias al laboratorio de ensayos acústicos in-situ de última generación y al equipo humano con la máxima formación académica existente en el área, posgraduados en Ingeniería Acústica por la Universidad de Cádiz para la realización de mediciones de ruidos, aislamientos y vibraciones, y una oficina acreditada con el certificado europeo "KNX-PARTNER" para la integración de sistemas domóticos en la edificación que aporta seguridad, ahorros y confort al usuario.... Te lo ingeniamos?

# QUIENES SON...

empresarial. En esta ocasión, Jorge Martínez López y José Miguel Molina Magaña, fundadores de “T-Ingeniamos”, y Manuel Castillo Navarro, gerente del Consorcio International Pool Technology (IPT), nos narran su experiencia y nos describen la actividad a la que han decidido dedicarse.



## INTERNATIONAL POOL TECHNOLOGY

La principal actividad de IPT se centra en servicios de construcción y equipamiento de instalaciones acuáticas en mercados internacionales.

El origen de IPT se debe al interés de internacionalizarse de las empresas malagueñas asociadas en este proyecto empresarial, dedicadas todas ellas a la construcción y equipamiento de instalaciones acuáticas. Creado bajo la iniciativa de la propia Corporación cameral malagueña y de la Unidad Territorial de Empleo, Desarrollo Local y Tecnológico Valle del Guadalhorce, entidad adscrita al Servicio Andaluz de Empleo, está formado por las empresas Piscinas Acuario, Piscinas Cotegun, Piscinas Gámez, Piscinas Gunisol y Piscinas Gunite.

Ninguna de estas empresas contaba con experiencia previa en ejecución de obras en mercados exteriores, de forma que IPT se constituye como consorcio de exportación para compartir riesgos, gastos y aprovechar sinergias entre las empresas asociadas en el marco de un proyecto profesional de salida a los mercados internacionales.

El apoyo y el asesoramiento de la Cámara de Comercio de Málaga a nuestra idea de negocio ha sido clave en la fase de constitución y consolidación de IPT. Asimismo, el poder establecernos en el Vivero de Empresas del Galia Center ha sido un factor más en afianzar la viabilidad de nuestra empresa pues nos ha permitido disfrutar con condiciones muy ventajosas de los óptimos servicios de un centro de negocios profesional con unas instalaciones que hasta el presente se han adecuado perfectamente a las necesidades de una sociedad como la nuestra en su primera fase de actividad empresarial.

Sin nos centramos en la descripción de nuestra actividad creemos importante destacar el amplio abanico de construcciones que abarca la oferta de servicios de la empresa que va más allá de la construcción de piscinas (a pesar de que éstas sean el tipo de instalación con el que más se asocia nuestra actividad) y que incluye también la práctica totalidad de instalaciones acuáticas demandadas actualmente en el sector de la construcción. A través de las empresas asociadas, IPT disfruta como empresa de las ventajas que suponen



más de 25 años de actividad en el mercado. Esta experiencia se concreta en más de 8.000 instalaciones acuáticas realizadas utilizando principalmente la técnica del gunitado (=hormigón proyectado).

Los servicios de construcción y equipamiento que ofrece IPT en los mercados exteriores se agrupan en cinco subsegmentos:

1. Piscinas e instalaciones acuáticas similares a éstas: piscinas comunitarias de hoteles y urbanizaciones residenciales, piscinas privadas de serie en complejos residenciales, lagos artificiales, depósitos de agua, cascadas, etc.
2. Instalaciones para el sector wellness: spas, centros de hidroterapia, centros de talasoterapia, etc.
3. Gunitados en obra civil: estabilización de taludes, canales, túneles, etc.
4. Servicios de redacción de proyectos de instalaciones acuáticas
5. Tematización: creación de ambientes específicos para instalaciones acuáticas

A pesar de la situación de recesión global en los mercados exteriores durante todo 2009 y de la grave crisis del sector de la construcción en España, IPT ha superado ya el siempre crítico primer año de actividad obteniendo resultados que nos permiten ser optimistas en cuanto a la evolución futura de nuestro proyecto empresarial.



## EL I DESAFÍO DE EMPRESAS ANDALUCÍA ALCANZA UN GRAN ÉXITO DE PARTICIPACIÓN

La I Edición del Desafío Empresas Andalucía, desarrollado entre los días 15 al 17 de marzo pasado, ha logrado un gran éxito de participación con más de ciento veinte directivos de treinta y una empresas nacionales y multinacionales inscritas.



10

El Desafío de Empresas Andalucía ha sido organizado por la empresa Orange Experience, contando con el patrocinio de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía, y la colaboración de la Cámara de Comercio de Málaga, Informa Consultores, Viajes El Corte Inglés, Universidad de Granada, Escuela Internacional de Gerencia y EADE Estudios Universitarios.

Las empresas participantes en esta edición han tenido que realizar unas maratónicas sesiones que les han llevado a visitar numerosos puntos de la provincia malagueña, como la costa de Torremolinos y los municipios de Mijas, Coin, El Burgo, Yunquera y Ronda.

Para el organizador de este evento, Roberto Ramírez, de la empresa Orange Experience, “este ha sido un Desafío que llevamos meses proyectando. El éxito ha sido total y las empresas se han entregado al cien por cien. Nos parece un elemento adecuado y muy actual para formar a los directivos de las empresas, además de fomentar el conocimiento de la Comunidad Andaluza. La Consejería de Turismo y Deporte ha sido clave en este evento, y su intención es realizar más ediciones en otros puntos de la geografía andaluza”.

“Lo importante, -señala Roberto Ramírez- y no es un tópico, es participar, ya que todas las empresas que han estado en este primer Desafío de Empresas Andalucía han aprendido a comunicar mejor, a adaptarse a situaciones complejas y a desarrollar todo su potencial, lo que sin duda redundará en su trabajo diario, además de conocer desde otra óptica la riqueza de la provincia malagueña.”

A lo largo del I Desafío de Empresas Andalucía, los participantes han debido sortear multitud de estrategias, y una serie de actividades y juegos basados en

“outdoor training”. Como una historia simulada en la que los participantes tenían que superar una ‘hecatombe’ producida en Andalucía y de la que debían salvarse a través de sus habilidades organizativas: mejorando la comunicación del grupo, adaptándose a diferentes entornos, carreras, asociarse en parejas o construir cabañas con diferentes elementos del Desafío de Empresas

Tras varias etapas en diversos puntos de la provincia malagueña, el triunfo final ha sido para el equipo de la empresa, Caixa Cataluña, seguido de Novasoft y Hemera-Unicaja.

El resto de los treinta y un equipos, han sido: Aeriam, Aertec, Grupo Almeida, Unicaja Baloncesto, Cajasur, Cámara de Comercio, Fijitsu, Grupo Cobra, Grupo Salsa, Hemera-Unicaja, Holiday World Hoteles, Posadas España, Italcementi Group, La Perla International Living, Les Roches, L’oreal España, Mercedes Benz, BBVA, Ron Columbus, Silken Hoteles, Tick-Tack, Uniglobal-Unicaja, Vodka Etxart.

Los miembros de la organización han mostrado su satisfacción por el desarrollo de todo el evento, “especialmente el nivel de los participantes, -señala Roberto Ramírez, organizador del DEA- en todo momento los directivos han estado muy motivados y hasta el última hora todos los equipos han peleado por alzarse con el primer puesto”.

“Consideramos que esta es una apuesta por parte de la Consejería de Turismo y Deporte por ofrecer a las empresas incentivos que permitan visualizar el potencial de nuestra Comunidad, a la vez, que para las empresas es un elemento de impulso, de coordinación y de esfuerzo para mejorar la comunicación interna dentro de la empresa y para ampliar sus habilidades directivas”.

El día 28 de Abril, tendrá lugar una jornada de presentación y exposición de la colección de vinos exclusiva Málaga Conarte en la ciudad de México DF, dentro de las acciones de promoción previstas para esta iniciativa, organizada por la Cámara de Comercio de Málaga y el Consejo Regulador de las Denominaciones de Origen Málaga y Sierras de Málaga.

Para este evento, que trata de dar a conocer la excelente calidad y la amplia oferta de nuestros vinos en un importante mercado como es México, serán invitados especialmente importadores y distribuidores de vino de aquél país, prescriptores, así como medios de comunicación especializados, a los cuales se facilitará una amplia información sobre la exposición Málaga Conarte, los vinos expuestos y las bodegas participantes.



Además de la presentación a los medios y público asistente, también se efectuará una cata de vinos, así como un encuentro con los bodegueros malagueños, todo ello, en un restaurante español de gran tradición en México DF, como es "Casa Hevia", ubicado en una casa señorial, de magnífica decoración interior en piedra.



## LOS VINOS MÁLAGA CONARTE

Nuevamente, en nuestra intención de dar a conocer las características de los vinos que componen la colección exclusiva Málaga Conarte, traemos a nuestra Revista las fichas de otros dos vinos de nuestra tierra, en este caso, los producidos por Bodegas Tierras de Molina y por Bodegas Friederich Schatz.

### MONTESPEJO CONARTE

**Elaborador:** Bodegas Tierras de Molina, S.A.

**D.O.:** Sierras de Málaga. Coupage: 85% Moscatel de Alejandría y 15% Doradilla.

**Tipo de Vino:** Blanco Joven.

**Envejecimiento:** Sin envejecimiento. (Crianza sobre lías 2-3 meses en depósito).

**Pintor:** Rando

**Comentario:** Una buena muestra de lo que es capaz una bodega con ganas por la mejora, que crea con este un buen ejemplo de los blancos temperamentales que es capaz de producir Málaga ante la incredulidad de algunos.

En Molina, al norte de la provincia de Málaga, el sol baña los viñedos que crecen en una tierra rica en esencias y matices. Estas cualidades naturales se trasladan a las variedades autóctonas de uva Doradilla y Moscatel de cuya selección se obtiene el vino Montespejo. Amarillo pajizo y brillante, de aroma intenso y notas exóticas. En boca es muy sabroso y persistente.



### FINCA SANGUIJUELA CONARTE

**Elaborador:** Bodegas Friederich Schatz

**D.O.:** Sierras de Málaga. Coupage: Cabernet Sauvignon, Merlot, Syrah y Tempranillo.

**Tipo de Vino:** Tinto de autor ecológico con Crianza.

**Envejecimiento:** 12 meses en barricas de roble (francés 80% y americano 20%), con sus lías finas.

**Pintor:** Dámaso Ruano.

**Comentario:** Entre las sierras de Grazalema y de las Nieves, se encuentra la bodega ecológica de Friedrich Schatz, este bodeguero alemán Federico Schatz se ha hecho un hueco en el corazón de todo malagueño amante al vino. Descendiente de viticultores desde 1641, es pionero en la introducción de nuevas variedades. Este autor combina métodos tradicionales con enfoques vanguardistas y demuestra, vino a vino, toda la potencia del terroir y es capaz de transmitir su propia personalidad a sus vinos, toda una hazaña.

El Finca Sanguijuela Conarte 2006 es de los tintos con más tipicidad de Andalucía. Este vino, de color rojo intenso, con reflejos violáceos, en nariz es de intensos aromas de bosque mediterráneo, mandolina, romero, lavanda. Se mezcla con la frutilla madura (grosella, fresillas) perfecto ensamblaje. Madera justa, cacao, chocolate; irresistible de probar. En boca, es de amplio sabor, recordando frutillas rojas, ligeros toques de cacao, torrefacto, taninos finos y elegantes es amable pero profundo, denota buen terroir, final largo y poderoso.



## EL NÚCLEO DEL PROBLEMA



La cadena norteamericana CNBC reunía hace poco en un programa a destacadas figuras de las finanzas para hablar de la crisis. Estaban, entre otros, Vikram Pandit, presidente de Citigroup, Larry Fink y Mohamen El-Erian, de los fondos Blackrock y Pimco, Shelly Lazarus de Ogilvy, y el mítico ex-presidente de General Electric, Jack Welch.



La discusión no se centró en medidas y políticas concretas para la economía, sino que derivó hacia la capacidad de la empresa norteamericana para superar la situación, sobre lo cual había un fundado optimismo. Y, por otra parte, había igualmente una coincidencia, casi general, en que las medidas, tremendas, sin precedentes, que tomaron primero el gobierno republicano de Bush, y luego continuó el demócrata de Obama, habían sido decisivas para salvar al país de una posible catástrofe. Después del programa con los financieros, la misma cadena emitió un encuentro con Bill Gates, fundador de Microsoft, y Warren Buffet, del fondo de inversión en empresas Berkshire, con estudiantes de la Universidad de Columbia. También estaban ambos de acuerdo con que la intervención pública y del banco central atacaron en su raíz el problema de la vivienda y el crédito, y que las soluciones a la crisis se mueven ahora en el ámbito empresarial: la inversión, la excelencia en la gestión y la innovación, junto con una vuelta a los equilibrios básicos en la política pública.

En España hace dos años se hablaba de lo mismo que ahora: los impuestos, contratos laborales, y vaguedades sobre la educación, tecnología y modelo productivo. Es verdad que todo esto es necesario, así como reducir el gasto y aumentar el ahorro, pero no es el núcleo del problema. Seguimos evitando abordar las dos cuestiones que eran prácticamente las únicas que se atacaron desde el principio, sin ningún complejo, en

Estados Unidos: el problema de la vivienda y el fortalecimiento del sistema financiero, las dos estrechamente vinculadas, dos caras de una misma moneda. Las medidas del gobierno y el banco central parecían entonces descabelladas, rompían con todo lo razonable, se les acusaba de ir contra la economía de mercado y de un intervencionismo extremo que sólo podía llevar a un episodio posterior de inflación, pobre crecimiento y desempleo. Hoy, con un crecimiento previsto para el año de más del 3%, se reconoce que hubo en Estados Unidos una visión que ni en Europa ni en España casi nadie tuvo valor de defender y mucho menos llevar a cabo.

En Estados Unidos en las tertulias se habla sobre la nueva economía tras la salida de una burbuja de crédito y vivienda, de la restauración de la confianza rota y las responsabilidades correspondientes, cómo conseguir una buena regulación pública y un buen gobierno de las empresas, cómo recuperar el ahorro, y la vuelta a los equilibrios presupuestario y en el déficit exterior. En España seguimos evitando el núcleo del problema: qué hacer para equilibrar el sistema financiero y que fluya el crédito a las empresas, para que funcione el mercado de la vivienda, y cómo dar empleo estable y dignamente remunerado a una población activa que al día de hoy sobrepasa la capacidad de generar empleo de nuestra economía.

**Gumersindo Ruiz**