

15

MEMORIA ANUAL 2015



Cámara
de Comercio de España

Balance del primer año 8

José Luis Bonet

Presidente de la Cámara de Comercio de España

INTERNACIONALIZACIÓN

1

Presentación: Antonio Brufau 12

Presidente de Repsol

Relaciones internacionales 14

Programa Xpande 17

Otras acciones (Subcontratación y Compras Asia) 20

COMPETITIVIDAD

Presentación: César Alierta 24

Presidente de Telefónica

Innovación y Nuevas Tecnologías

InnoCámaras 26

Plan de Desarrollo Tecnológico 28

eAdministración 30

Formación y Empleo

Plan Integral de Cualificación y Empleo (PICE) 32

Programa Local de Apoyo al Empleo (PLAE) 34

Comercio

Plan Integral de Apoyo al Comercio Minorista 36

Emprendimiento

Programa de Apoyo Empresarial a las Mujeres (PAEM) 38

Ventanillas Únicas/Puntos de Atención al Emprendedor 41

Financiación

Aprende a financiarte 44

Programa Antenas 46

Turismo

Intelitur 48

2

INSTITUCIONAL

3

Actividad corporativa 52

Relaciones con las Cámaras de Comercio 58

Servicio de Estudios 59

Comunicación y marketing 60

4

SERVICIOS

Arbitraje y Mediación 64

Certificaciones 66

71.38

17

países visitados

20

encuentros

EMPRESARIALES

INTERNACIONALES ORGANIZADOS

17.000

EMPLEOS GENERADOS

CERTIFICACIONES EMITIDAS

466.148

2015
EN CIFRAS

BO

**EMPRESAS
BENEFICIADAS**

12.343

EMPRESAS CREADAS

45.410

**CONSULTAS
ATENDIDAS**

9.660

**DIAGNÓSTICOS
REALIZADOS**

11.517

**JÓVENES
FORMADOS**



*BALANCE
DEL PRIMER AÑO*

JOSÉ LUIS BONET
*PRESIDENTE DE LA CÁMARA
DE COMERCIO DE ESPAÑA*



La Cámara de Comercio de España echó a andar en noviembre de 2014, pero ha sido durante 2015 cuando la institución ha completado su reorganización interna y ha empezado a trabajar.

El impulso y el apoyo de Su Majestad el Rey, que nos acompañó el 9 de febrero en el acto de constitución de la Cámara de España, han sido determinantes para acompañar nuestros pasos en este primer año de vida. Como también lo ha sido el compromiso de las grandes empresas del país que han querido participar en el proyecto y de las Administraciones Públicas que han apostado por la continuidad del sistema cameral.

La institución se nutre de la tradición centenaria de las cámaras de comercio pero trabaja con la vista puesta en el futuro y con una clara vocación de servicio a las empresas, garantes del bienestar del conjunto de la sociedad española.

La Cámara de España es un magnífico ejemplo de colaboración público-privada, esencial para afrontar los retos que como país se nos planteen. La participación de las grandes empresas españolas, de las administraciones públicas, de las organizaciones de autónomos y pymes, y del conjunto de las 88 cámaras territoriales y las 35 cámaras en el exterior convierten a la Cámara en un foro de encuentro y diálogo privilegiado para avanzar juntos hacia la modernidad y el progreso.

En las páginas siguientes encontrarán el resumen de las acciones llevadas a cabo por la Cámara en 2015. Una actividad aglutinada en torno a cuatro ejes básicos: defensa institucional, competitividad, internacionalización y cooperación empresarial para la reflexión estratégica.

En el ámbito institucional, la Cámara de España se ha propuesto la defensa del marco legal, económico y social que ha llevado a nuestro país a niveles de prosperidad inimaginables hace unas décadas. La Constitución de 1978, la economía social de mercado y la pertenencia a la Unión Europea son las bases sólidas sobre las que se asienta la actividad de las empresas, que son la clave para la generación de bienestar para los ciudadanos.

Dado que el tejido empresarial español se compone sobre todo de pequeñas y medianas empresas, nuestros programas se dirigen principalmente a las pymes, organizados en torno a dos grandes objetivos: la mejora de la competitividad y la internacionalización.



El cuarto objetivo de la Cámara de España, la cooperación empresarial para la reflexión estratégica, pretende convertir a la institución en un laboratorio de ideas de por donde tienen que avanzar los distintos sectores económicos básicos de la economía española a largo plazo, a través de diferentes comisiones tanto sectoriales como transversales, lideradas por las empresas. Algunas ya en funcionamiento: Comercio, Turismo, Innovación y Tics, Formación, y Universidad-Empresa. Y otras de próxima creación, como las de Internacionalización y Energía.

En el ámbito de la competitividad, las actuaciones se agrupan en torno a tres grandes ejes:

- Formación, emprendimiento y empleo
- Innovación y tecnologías de la información
- Comercio y turismo

Nuestros programas se orientan a la introducción de la innovación y las nuevas tecnologías en el trabajo diario de las pymes; la promoción y apoyo del espíritu emprendedor, o la formación para facilitar la inserción laboral de los jóvenes. En definitiva, todas aquellas acciones que mejoren la capacidad de competir de nuestras pequeñas y medianas empresas en un mundo globalizado.

Porque la internacionalización de la pyme española es nuestra gran baza para lograr un nuevo salto de modernidad y progreso en los diez próximos años. De ahí, que sea otro de los objetivos estratégicos de la Cámara de España que organiza sus programas en esta área alrededor de cuatro ejes de actuación:

- Información
- Sensibilización y formación
- Competitividad internacional
- Representación y cooperación institucional

Nuestro primer año de existencia se ha saldado con un balance de actividad muy positivo, que nos anima a continuar trabajando en el diseño de nuevos programas y en la búsqueda de nuevas vías de financiación en beneficio del tejido empresarial español. Siempre con el apoyo de las administraciones públicas y de las grandes empresas españolas, cuya participación en este proyecto quiero agradecer. Su presencia en la Cámara de España hace que confíe plenamente en el esperanzador futuro de esta institución.

JOSÉ LUIS BONET

PRESIDENTE DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE ESPAÑA

1

INTERNACIONALIZACIÓN

- › Relaciones internacionales
 - › Programa Xpande
 - › Otras acciones
(Subcontratación y Compras Asia)
-

El apoyo a la internacionalización de las empresas españolas es uno de los objetivos estratégicos de la Cámara de Comercio de España.

Miles de empresas han salido al exterior en los últimos años en busca de la demanda que no encontraban en el mercado español como consecuencia de la crisis o como complemento en su proceso de expansión y diversificación. Pero hay otros muchos miles de empresas que solo operan a nivel nacional y tienen gran potencial de internacionalización, aunque una buena parte no sean todavía conscientes de ello. Su transición y conversión en empresas internacionales exige un esfuerzo considerable de identificación, concienciación, orientación, formación y apoyo.

Por ello, la Cámara de Comercio de España desarrolla programas de apoyo para la internacionalización de las pymes y lleva a cabo una intensa actividad institucional para reforzar la presencia de las empresas españolas en el exterior.



LA IMPORTANCIA DE LA
INTERNACIONALIZACIÓN DE
LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS

ANTONIO BRUFAU
PRESIDENTE DE REPSOL



Hasta el cambio de tendencia que tuvo lugar en 2014, fruto de las reformas emprendidas en España y del cambio de escenario internacional, la evolución de la economía española en la última década vino marcada por una importante contracción de la demanda interna. Este escenario contribuyó sustancialmente a la profundización en un proceso de internacionalización de las empresas españolas, que han sabido buscar en el exterior el crecimiento que ha permitido remontar los años más duros de la crisis. La capacidad de acceder a otros mercados ha sido un apoyo importante a la hora de enfrentarse con la recesión, y ha mostrado que posicionarse en los mercados internacionales permite diversificar riesgos y aumentar las oportunidades, incrementando la resiliencia de las empresas ante situaciones económicas adversas.

No obstante, no ha sido ahora cuando las empresas españolas han emprendido la senda de la internacionalización. Ya en los años 90, algunas de las principales firmas españolas dieron un salto cualitativo incrementando su presencia más allá de nuestras fronteras, en particular en los mercados latinoamericanos. De esa manera, muchas compañías españolas se han ido convirtiendo en empresas multinacionales cada vez más valoradas y respetadas en los mercados.

En este recorrido, surgió la globalización como un nuevo paradigma y referente ante el cual la internacionalización constituye una etapa intermedia. Los esfuerzos de las empresas españolas debían concentrarse a partir de ese momento en alcanzar el estatus de empresas globales, insertándose en las cadenas planetarias de valor. También, fruto de esta globalización, surgió una nueva necesidad, la de otorgar una prioridad absoluta a la seguridad jurídica a la hora de definir una visión estratégica de las inversiones en el exterior. Por este motivo, la segunda oleada de internacionalización de nuestras empresas se ha encaminado hacia países miembros de la OCDE, especialmente en Europa y Norteamérica.

Por supuesto, a esta expansión internacional ha ayudado la progresiva evolución de nuestro modelo productivo, cuyo principal efecto ha sido que las empresas españolas hayan aprendido a ser competitivas y eficientes. No obstante, para mantener este logro en el tiempo y conseguir que pase a ser parte del ADN de nuestra economía, es preciso asegurar la coherencia entre las iniciativas estratégicas que influyen sobre la competitividad.

A lo largo de este proceso, los poderes públicos españoles han jugado un papel clave en el establecimiento de vínculos con los distintos gobiernos y organismos internacionales, allanando el camino para las empresas a la vez que ampliaban el espacio físico para un óptimo desarrollo de su labor. Las empresas españolas son un elemento clave a la hora de representar los intereses y la imagen exterior de nuestro país, y se retroalimentan mutuamente. De ahí la importancia de la Marca España, principal referente en materia de reputación de la que se benefician mutuamente la imagen del país y de la de sus empresas y que constituye una verdadera credencial a la hora de afrontar nuevos mercados en este contexto globalizado.

Es evidente que aún queda mucho por hacer en materia de internacionalización, pero, ante los logros obtenidos, no cabe duda de que tenemos motivos para ser optimistas. Además, en los últimos años el comercio ha vuelto a ocupar un papel relevante en la agenda internacional. Prueba de ello son las negociaciones de los llamados acuerdos mega-regionales como el **Trans Pacific Partnership (TPP)**, recientemente firmado y que agrupa a Estados Unidos y otros 11 países del área de Asia / Pacífico, o como el **Transatlantic Trade and Investment Partnership (TTIP)**, que en la actualidad están negociando la Unión Europea y los Estados Unidos. Se trata de dos oportunidades excepcionales para testar la capacidad de sumarse a la ola de globalización por parte de las empresas españolas. Pero este tipo de acuerdos van más allá, especialmente el TTIP. En efecto, este Acuerdo pretende convertirse en una referencia a nivel global en materia de estándares, de liberalización de acceso a los mercados y también en materia de protección de inversiones.

Planteados los retos e identificadas las oportunidades, solo resta buscar los indicadores del éxito. A largo plazo, el éxito en el proceso de internacionalización y globalización pasa por ser capaces de generar, atraer y retener talento a escala global. Es el talento lo que innova, lo que compete, lo que exporta. De ahí que el hecho de poner en valor a nuestra gente constituye el mejor argumento para alcanzar los objetivos que nos proponamos en el escenario global. Es el mejor corolario para cerrar un año como el 2015 y afrontar con solvencia el que apenas acabamos de iniciar.

ANTONIO BRUFAU
PRESIDENTE DE REPSOL

RELACIONES INTERNACIONALES



RELACIONES INTERNACIONALES *Internacionalización*

La empresa española continúa realizando esfuerzos para mantener e incrementar su presencia internacional, superando las dificultades que encuentran cada día en su actividad exterior. El apoyo institucional tiene especial relevancia a la hora de vencer esos obstáculos y la Cámara de Comercio de España ha impulsado en el año 2015 de manera decidida las actuaciones institucionales de carácter internacional, incentivando la actividad de las empresas a través de la organización de Encuentros Empresariales, coincidiendo con visitas de autoridades extranjeras y viajes de nuestras autoridades al exterior.

Continuando con el compromiso de favorecer la presencia de empresas españolas en los países del Golfo y Latinoamérica, los eventos organizados por la Cámara de España durante este año han supuesto una importante promoción de los intereses comerciales e inversores de España en esas áreas, además de un fortalecimiento de las relaciones entre empresas, facilitando el acceso a los instrumentos necesarios para la entrada e implantación en esos mercados.

En el mes de junio, la Cámara de Comercio de España junto al Foro de Marcas Renombradas, Asociación Española de Directivos y el Club de Exportadores organizaron la III Cumbre de Internacionalización. La vicepresidenta del Gobierno, Soraya Sáenz de Santamaría, inauguró el acto y S.M. El Rey emérito Juan Carlos I lo clausuró. Durante la celebración, se presentó la encuesta sobre el estado de la internacionalización de la empresa española, elaborada por la consultora Millward Brown, y se debatió sobre los retos para la internacionalización de las pymes y de las empresas ya internacionalizadas.

ACTIVIDADES DESTACADAS 2015

EN ESPAÑA

IRÁN

Encuentro empresarial organizado con ocasión de la visita de una delegación, encabezada por el Presidente de la Cámara de Comercio de Teherán.

COLOMBIA

Desayuno de trabajo de grandes empresas españolas con el Presidente de la República, Juan Manuel Santos.

PARAGUAY

Desayuno de trabajo con motivo de la visita del Presidente de la República de Paraguay, Horacio Cartes Jara.

Encuentro empresarial con el Ministro de Industria y Comercio, Gustavo Leite.

RUSIA

Encuentro Empresarial con motivo de la visita del presidente de la Cámara de Comercio de la Federación Rusa.

INDIA

Organización del encuentro de empresas españolas con el Ministro de Finanzas de Bengala Occidental.

IRAK

Encuentro empresarial con motivo de la visita del presidente de la Cámara de Comercio de Najaf.

POLONIA

Organización de la jornada sobre "Oportunidades de inversión en Polonia".

ARGELIA

Encuentro empresarial con motivo de la visita a Madrid de una delegación empresarial argelina del sector agroalimentario.

CHINA

Encuentro empresarial "Oportunidades de negocio en Guangzhou", con altos representantes del gobierno municipal de Cantón y empresas españolas.

EN EL EXTERIOR

CUBA

Organización de tres viajes a lo largo del año 2015 con motivo de la visita de varias autoridades españolas a la isla:

- ▶ Secretario de Estado de Comercio, **Jaime García –Legaz**
- ▶ Ministro de Industria, Energía y Turismo, **Juan Manuel Soria**
- ▶ Ministro de Economía y Competitividad, **Luis de Guindos**

INDIA

Viaje con el Ministro de Asuntos Exteriores, José Manuel García Margallo a Nueva Delhi.

IRÁN

Viaje con los Ministros de Asuntos Exteriores y Cooperación, José Manuel García-Margallo, de Fomento, Ana Pastor, y de Industria, Energía y Turismo, José Manuel Soria.

EE. UU.

Desayuno de trabajo empresarial con motivo de la visita de SS. MM. a Washington.

COLOMBIA

Encuentro empresarial y cena de presidentes y consejeros delegados de grandes empresas españolas con el Presidente de Colombia, Juan Manuel Santos, en Cartagena de Indias. El Ministro de Industria, Turismo y Comercio, José Manuel Soria viajó con la delegación.

Encuentro empresarial Hispano – Colombiano en Bogotá.

CATAR, KUWAIT Y ARABIA SAUDÍ

Organización de encuentros empresariales con motivo de la visita del Secretario de Estado de Comercio, Jaime García-Legaz.

FRANCIA

Organización de un desayuno de trabajo empresarial con motivo de la visita oficial de SS. MM. Los Reyes a París.

MALASIA E INDONESIA

Viaje y organización de diversos encuentros empresariales e institucionales, a raíz de la visita del secretario de Estado de Comercio, Jaime García-Legaz, a esos países.



PROGRAMA XPANDE

PRINCIPALES

DATOS 2015

585

Empresas participantes

309

Empresas que se iniciaron en 2015

139

En fase de selección de mercados

298

Empresas que han completado el programa

67

Empresas sólo diagnosticadas

37

Cámaras de Comercio involucradas

El programa **Expansión en internacionalización de Pymes (Xpande)** está dirigido a pymes que quieren iniciar su proceso de internacionalización, abordar nuevos mercados y mejorar su competitividad. Es un programa de asesoramiento técnico personalizado prestado por asesores especializados de las Cámaras de Comercio. Este asesoramiento consta de cuatro fases:

- › Diagnóstico y elecciones iniciales: productos, clientes y mercados
- › Plan de acceso a mercados
- › Plan de Marketing
- › Plan de Negocio y Plan Económico - Financiero

En 2015 se inició la Fase 2 del programa Xpande, en la que se analizan los canales más idóneos de acceso al mercado seleccionado, los potenciales clientes y competidores.

La metodología del programa se sustenta en técnicas de Inteligencia Competitiva: utilización de la información de interés para que la empresa tome decisiones adecuadas durante su proceso de internacionalización. El programa está financiado por el FEDER en un 80% - 85% y por los organismos públicos cofinanciadores en un 20% - 15%.

DATOS COMPARATIVOS

2013-2015

Se ha apreciado un incremento del número de empresas que se inician en el programa año tras año. Así, en el año 2013 se iniciaron 94 empresas, en 2014 un total de 277 y en el año 2015 se iniciaron 309. Respecto a sectores, tipos de empresa y mercados no se ha producido un cambio significativo en 2015 respecto a los años anteriores.



PROGRAMA XPANDE
Internacionalización

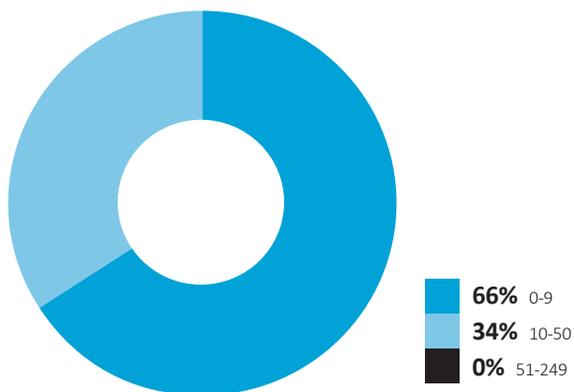
SECTORES DE LAS EMPRESAS

El principal sector es el agroalimentario con 208 empresas (36%), seguido por el industrial con 180 empresas (31%), bienes de consumo con 124 empresas (21%) y servicios con 73 empresas (12%). Por número de trabajadores, destacan las de entre 0 y 9 trabajadores (66%), seguida por las empresas de entre 10 y 50 trabajadores que representaron un 34%. Por rango de facturación, destacan las empresas con una **facturación de menos de 500.000 euros** que representan el 55%, seguidas por las empresas con un facturación entre 500.001 y 2.000.000 euros, con el 26%.

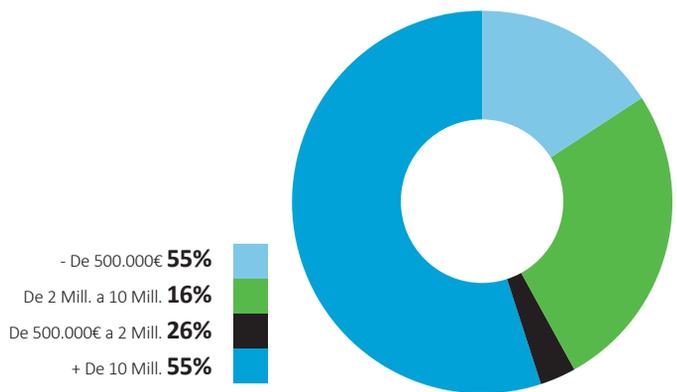


Tamaño de empresa

(nº de trabajadores)

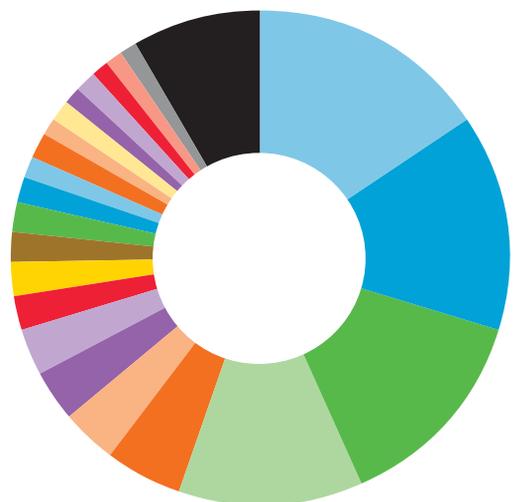
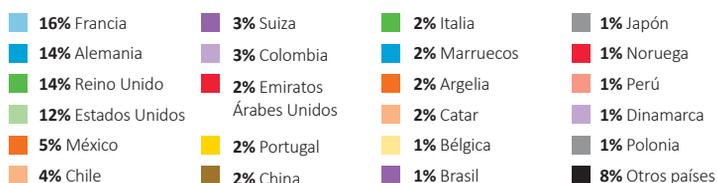


Facturación



MERCADOS SELECCIONADOS

Los mercados seleccionados por las empresas en el Programa Xpande son mayoritariamente europeos. Los más frecuentes son **Francia** (16%), **Alemania** (14%), **Reino Unido** (14%), **Estados Unidos** (12%) y **México** (5%).





FAICO

Fundación Andaluza de Imagen, Color y Óptica

FAICO, Fundación Andaluza de Imagen, Color y Óptica, es un centro tecnológico especializado en el tratamiento de la imagen, con gran experiencia en todas las áreas de la visión artificial. Localizada en Sevilla, su objeto es proporcionar soluciones concretas a problemas específicos que plantean sus clientes, entre los que destacan las empresas como Airbus, Renault, Schneider Electric, Cinco Jotas, Bios o Carbures.

El control de flujo de paso de clientes en establecimientos comerciales; sistema de control de acceso a través del reconocimiento de iris; sistema de reconocimiento facial o el sistema de generación de información automatizado para playas, basado en tecnologías de visión artificial son algunos de los proyectos realizados por FAICO, desde que comenzó su actividad en el año 2003.

Según Marcos Prieto, Director de FAICO, cuando decidieron iniciar el proceso de

internacionalización, acudieron a la Cámara de Comercio de Sevilla para recibir información y asesoramiento, debido a la trayectoria que ha demostrado esta institución en el apoyo a las empresas en materia de comercio exterior.

FAICO fue una de las beneficiarias del programa Xpande, que les permitió elaborar el plan de internacionalización, con la ayuda de la Cámara de Comercio. *“El análisis llevado a cabo por los técnicos del programa y tras haber ejecutado parte del mismo, ha demostrado que acertaron completamente en los puntos que se habían planteado inicialmente”*, afirma Marcos.

“Nuestra entidad, aún siendo pequeña, se ha instalado en un plano internacional que nos ha dado mayor visibilidad en el mundo global que vivimos actualmente. Tras participar en el programa hemos conseguido reforzar y consolidar nuestra área internacional”.

OTRAS ACCIONES



OTRAS ACCIONES
Internacionalización

Plan sectorial de subcontratación industrial

Plan específico de apoyo a la internacionalización de la industria auxiliar española, fabricante de piezas o productos industriales intermedios a medida de las necesidades de sus clientes. Cuenta con el apoyo oficial de ICEX España Exportación e Inversiones, y su objetivo es apoyar la consolidación e internacionalización de las empresas españolas de subcontratación industrial, empresas que se caracterizan por el desarrollo de soluciones de fabricación a medida para otras empresas industriales.

En el sector de la subcontratación se engloban todas aquellas empresas industriales que se dedican a la fabricación de piezas, subconjuntos y procesos industriales intermedios a medida, utilizando ingeniería y diversas tecnologías (fundición, transformación metálica, mecanización, recubrimientos superficiales, tratamientos térmicos, matrices, moldes y modelos, plástico, caucho, electrónica y electricidad).

El gestor del Plan es la Cámara de España, entidad colaboradora homologada por ICEX para la gestión del Plan desarrollado conjunta y coordinadamente con la Red de Bolsas Camerales de Subcontratación Industrial de España (SUBCONTEX).

PRINCIPALES

DATOS 2015

250

Empresas españolas participantes

100

Empresas compradoras de otros países

150

Empresas participantes en ferias internacionales de subcontratación

15

Ferias internacionales

4

Encuentros de compradores internacionales

284

Oportunidades de negocio

13

Cámaras de Comercio participantes que conforman la Red de Bolsas

DATOS COMPARATIVOS 2013-2015

	2013	2014	2015
Acciones	18	19	15
	4	4	4
Oportunidades Captadas	234	262	284
Empresas participantes	176	380	450

PERFIL DE LA EMPRESA

Las empresas participantes en este programa son industriales de los sectores de automoción, aeronáutico, máquina herramienta, energía, ferroviario, tecnologías médicas, naval y micro tecnología.

SERVICIO

ASIA SOURCING

En 2015 se inició el el Servicio Asia Sourcing, un programa que ofrece de manera conjunta la Cámara de Comercio de España y Corporación Mondragón, fruto de una alianza entre ambas organizaciones. El objetivo es ofrecer apoyo a las empresas en todas las fases de su proceso de compra en países asiáticos, de tal modo que les ayude a mejorar su competitividad internacional.

El servicio se centra concretamente en compras en China, India, Taiwán y Vietnam, aprovechando la experiencia e infraestructura de compras que tiene Corporación Mondragón en estos países y apoya a la empresa en la prospección de mercado, identificación de potenciales proveedores, negociación de condiciones, envío de muestras, contratación y control de calidad de producción hasta el pre-embarque.

2

COMPETITIVIDAD

- › Innovación y Nuevas Tecnologías
 - › Formación y Empleo
 - › Comercio
 - › Emprendimiento
 - › Financiación
 - › Turismo
-

La mejora de la competitividad de las empresas españolas, especialmente de las pymes, es el segundo objetivo estratégico de la Cámara de Comercio de España.

A través de nuestros programas contribuimos a una transformación competitiva de las empresas y de la economía española, fomentando la implantación de un modelo de crecimiento más inteligente y sostenible.

Nuestros planes de acción se orientan a la introducción de la innovación en procedimientos, productos y servicios; la extensión del uso de las nuevas tecnologías (TICS), o el fortalecimiento de los recursos humanos, ayudando a los jóvenes a desarrollar todo su talento y facilitando su entrada en el mercado laboral.

Prestamos una especial atención al apoyo al emprendimiento, a la búsqueda de financiación y la agilización de los trámites para constituir una empresa. Y brindamos asistencia específica a sectores claves para la economía española, como el pequeño comercio y el turismo.



CÉSAR ALIERTA

PRESIDENTE DE TELEFÓNICA



Vivimos un momento único, un momento histórico de profundo cambio para la sociedad en todos sus ámbitos. Se trata de la mayor revolución en la Historia de la Humanidad, la Revolución Digital, y trae consigo una creación de riqueza y un desarrollo social exponencial.

Somos testigos de cómo esta transformación se está produciendo a un ritmo vertiginoso, generando un mundo de oportunidades para todos. Ningún sector va a permanecer inmune a esta realidad, y en un entorno global, sólo serán competitivos los sectores que estén digitalizados y hagan evolucionar su modelo de negocio.

Estamos a las puertas de una nueva y aún más avanzada era de innovación y transformación. Es la era de la economía digital, fruto de la convergencia de los cambios exponenciales en la tecnología, las nuevas capacidades de computación, los sensores de bajo coste, los mayores niveles de conectividad y la explosión del Big Data.

En esta nueva era, el Big Data va a tener repercusiones increíbles en cada aspecto de nuestra sociedad, lo va a cambiar todo, porque el análisis de este ingente volumen de datos permite establecer patrones de comportamiento y modelos predictivos que van a ser claves para innovar.

En este contexto, el grado de digitalización de la economía y de la sociedad influye tanto en sus niveles de bienestar y desarrollo, como en la productividad y la innovación, y tiene importantes efectos en términos de crecimiento, ingresos y empleo. Está demostrado que cuanto mayor es el grado de digitalización, más avanzado es un país.

Según los últimos estudios, se estima que un 10% de incremento en digitalización de la economía puede implicar un aumento del PIB per cápita de entre el 0,3% y el 0,8% anual, y además generar una reducción del 0,7% del desempleo.

Sin innovación no se puede ser competitivo. De hecho, existe una clara correlación entre los países más innovadores y su capacidad para generar riqueza y empleo. A mayor índice de innovación, economías más dinámicas y tasas de paro inferiores.

Y para que un país sea innovador, es clave contar con un tejido empresarial de tamaño suficiente, ya que las empresas de mayor tamaño son más competitivas, tienen niveles de productividad más elevados, invierten más en I+D y exportan más.

En este sentido, las empresas españolas tienen como asignatura pendiente el aumento de tamaño para ganar competitividad y afrontar con garantías el reto de la internacionalización. Por tanto, apoyar el crecimiento de nuestras pequeñas y medianas empresas debería ser una prioridad para todos.

También es importante impulsar una mayor inversión en I+D, como clave para la generación y acumulación de conocimiento y capital tecnológico en nuestra economía.

Por último, quisiera destacar que la mejora de los niveles educativos y su enfoque hacia las competencias digitales es una condición necesaria para incrementar la empleabilidad y aumentar, por tanto, la productividad del país. Y para ser competitivos e innovadores es imprescindible contar con el talento especializado. Cada vez más, el mundo empresarial necesita jóvenes con formación específica en ciencias, tecnología, ingenierías o matemáticas. Debemos mejorar y reorientar el sistema educativo, porque si fomentamos las competencias digitales y dotamos a los jóvenes de estas habilidades, serán capaces de ser protagonistas, creadores en este mundo digital y no sólo unos meros espectadores.

Necesitamos tener una ambición común, y trabajar conjuntamente los sectores público y privado para que esto sea posible y capturar todo el potencial de la economía digital.

CÉSAR ALIERTA
PRESIDENTE DE TELEFÓNICA



INNOVACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS
Competitividad

El programa InnoCámaras es una Iniciativa de la Cámara de Comercio de España, cofinanciada por Fondos FEDER, para fomentar la innovación en las empresas, mediante una metodología propia que combina asesoramiento gratuito y ayudas directas a la innovación.

Impulsar la incorporación sistemática de la innovación como herramienta competitiva clave en la estrategia de las pymes y maximizar la mejora de la productividad y la competitividad de las pymes son los objetivos principales que persigue.

En una primera fase, a través de expertos de la red de Cámaras, se realiza un diagnóstico asistido individualizado para buscar soluciones innovadoras que permitan a la empresa mejorar su situación competitiva. A partir de ese diagnóstico se elabora un Plan de Apoyo de Innovación con el fin de poner en práctica los proyectos recomendados en la primera fase, con ayudas directas que facilitan a la empresa su implantación.

InnoCámaras realiza también acciones colectivas de sensibilización, como son los Foros de Innovación, y mantiene un portal tutorizado donde las empresas, además de acceder a información de interés sobre la materia, recibe asesoramiento on-line.

PERFIL DE LA EMPRESA

Bajo volumen de facturación y con un número reducido de empleados es el perfil medio de la empresa participante en el programa InnoCámaras. En 2015, el 47% de las pymes participantes contaban con entre 2 y 9 trabajadores, y un 34% entre 10 y 49 empleados.

En relación al volumen de facturación, el 53% de las pymes beneficiarias facturaron menos de 500.000 euros.

PRINCIPALES

DATOS 2015

1.491

Diagnósticos realizados

1.148

Planes de Apoyo a la Innovación

2

Foros de Innovación, en Pontevedra y Valladolid, en los que participaron **más de 200 pymes**

106.022

Visitas al portal tutorizado de innovación: www.innocamaras.org, con una media de **7.700 visitantes/mes**

619

Consultas resueltas en el servicio de asesoramiento on line del portal

39

Cámaras de Comercio participantes de Andalucía, Asturias, Castilla y León, Extremadura, Galicia y País Vasco

DATOS COMPARATIVOS 2013-2015

ACTUACIÓN	BENEFICIARIOS			
	2013	2014	2015	2013-2015
Diagnósticos de innovación	630	1.650	1.491	3.771
Planes de apoyo a la innovación	732	1.028	1.148	2.908
Foros de innovación / nº de asistentes Foros	5 / 419	1 / 432	2 / 200	8 / 1051
Visitas al portal	44.156	78.805	106.022	228.983
Consultas asesoramiento on line	440	566	619	1.625



GALO CELTA

David Sueiro Quintero
Fundador y CEO Galo Celta, Pontevedra

La empresa pontevedresa Galo Celta tiene como principal actividad la cría de una raza autóctona, llamada Mos. Su fundador, David Sueiro, emprende una batalla genética, alimenticia y turística para preservar una de las joyas del patrimonio gastronómico de Galicia.

Para David Sueiro Quintero, fundador de la empresa, *“nos dedicamos al desarrollo de productos de quinta gama para alta restauración y el lanzamiento de una línea de huevos frescos. Es muy importante para nosotros que el consumidor perciba la honestidad de nuestra empresa”.*

Por este motivo, David Sueiro contactó con el Programa InnoCámaras. *“En nuestro caso, el programa nos ayudó en la parte más importante que nos quedaba por hacer: la de comunicar y hacer marca. Gracias a InnoCámaras pudimos realizar campañas de comunicación, una inversión que sin la ayuda directa que ofrece el programa no hubiéramos podido acometer”.*

Historias
DE
ÉXITO

PLAN DE DESARROLLO TECNOLÓGICO



INNOVACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS
Competitividad

El programa, cofinanciado con fondos FEDER, tiene por objeto impulsar la incorporación sistemática de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), como herramientas competitivas claves, en la estrategia de las pymes, así como maximizar las oportunidades que ofrecen para mejorar la productividad y competitividad.

Se orienta hacia las necesidades específicas de las empresas, mediante el desarrollo de una metodología mixta de diagnóstico, apoyo en el proceso de implantación de soluciones y difusión del conocimiento.

El programa parte de un análisis exhaustivo del nivel de digitalización de la empresa y de sus posibilidades de mejora mediante el estudio de su cadena de valor, que determina la situación del nivel de competitividad de la empresa en su entorno económico y de mercado. En una segunda fase, las empresas reciben ayudas directas para implantar, a través de proveedores homologados por las Cámaras de Comercio, las soluciones establecidas en el diagnóstico. Gestión empresarial en la nube, comercio electrónico y marketing digital son las necesidades más habituales que se han detectado en las empresas participantes.

PRINCIPALES

DATOS 2015

2.116

Diagnósticos realizados

1.453

Planes personales de digitalización

29

Cámaras de Comercio implicadas de las Comunidades Autónomas de Andalucía, Castilla-La Mancha, Extremadura y Galicia

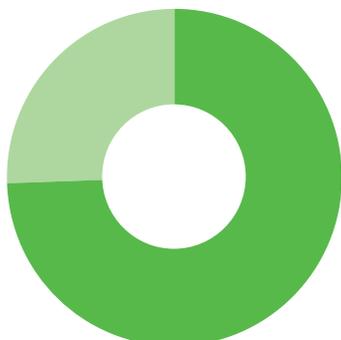
DATOS COMPARATIVOS 2013-2015*

ACTUACIÓN	BENEFICIARIOS		
	2014	2015	2014-2015
Diagnósticos	55	2.116	2.171
Implantaciones	7	1.453	1.460

*El programa comenzó en septiembre de 2014

PERFIL DE LA EMPRESA

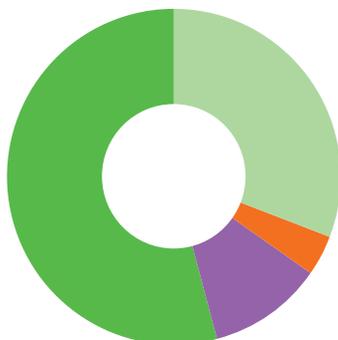
Forma Jurídica



74,48%
Empresa

25,52%
Persona física

Distribución Sectorial



30,88% Comercio

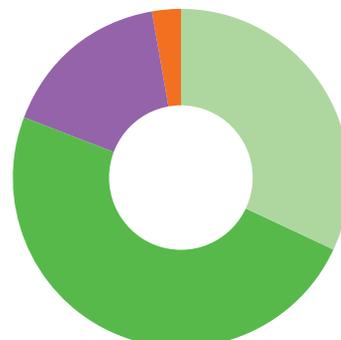
4,09% Turismo

10,93% Industria

50,09% Servicios

Tamaño de Empresa

(nº de trabajadores)

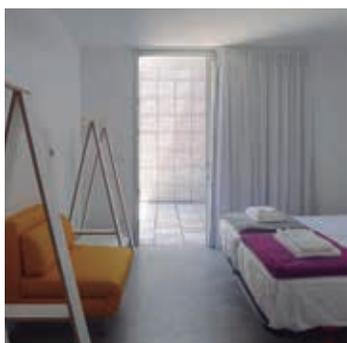


32,16% De 0 a 1

48,76% De 2 a 9

16,45% De 10 a 49

2,63% De 50 a 249



BELA MUXÍA

Bela Muxía es un albergue situado en el pueblo de Muxía, perteneciente a la comarca A Costa da Morte y en pleno Camino de Santiago. Da hospedaje a peregrinos y a todas aquellas personas que quieran pasar unos días en esta bella localidad.

A través de la Cámara de Comercio de A Coruña, entraron en contacto directo con el Plan de Desarrollo Tecnológico. "Somos una empresa pequeña e inexperta en todo lo referente a las nuevas tecnologías", explica Pepe Formoso, "por ello el programa nos pareció una oportunidad, ya que contábamos

con asesoramiento y ayudas. En el diagnóstico, nos aconsejaron mejorar nuestra presencia en Internet por medio de una web adaptativa y la incorporación de un módulo de e-commerce." Finalmente y gracias a las ayudas directas del programa, Bela Muxía implantó una página web y una tienda on-line en nube. "Nos han guiado con éxito en todo el proceso; pero nos gustaría destacar el valor humano y de cercanía que hemos detectado en la Cámara de Comercio".

Historias
DE
ÉXITO



INNOVACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS
Competitividad

Cofinanciado con fondos FEDER, el programa impulsa la adopción por parte de las empresas de metodologías que permitan incorporar la mejora de procesos y el uso de herramientas relacionadas con la administración electrónica, la facturación electrónica y la firma digital de modo sistemático a su actividad habitual.

En una primera fase, se realiza una consultoría de mejora de los procesos para determinar los aspectos en los que la administración electrónica, la facturación electrónica y la firma digital pueden contribuir a la mejora de la productividad y la competitividad. Entre los beneficios destacan la reducción de cargas administrativas, agilidad en los procedimientos con las administraciones públicas y automatización de procesos que incorporen evidencias electrónicas.

En la fase de implantación, proveedores homologados por las Cámaras de Comercio, introducen los procesos establecidos en la fase I, a través de una plataforma de servicios. En esta etapa, las empresas reciben ayudas directas para implementar este tipo de tecnología.

PRINCIPALES

DATOS 2015*

235

Empresas participantes

11

Cámaras participantes de Andalucía, Castilla-La Mancha, Extremadura y Galicia

235

Consultoría de mejora en los procesos de administración electrónica

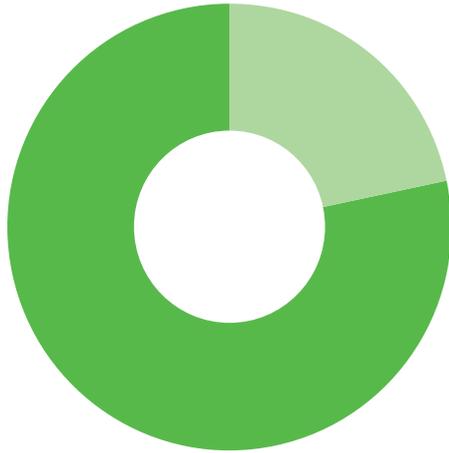
77

Planes de implantación

*El programa comenzó en septiembre de 2015

PERFIL DE LA EMPRESA

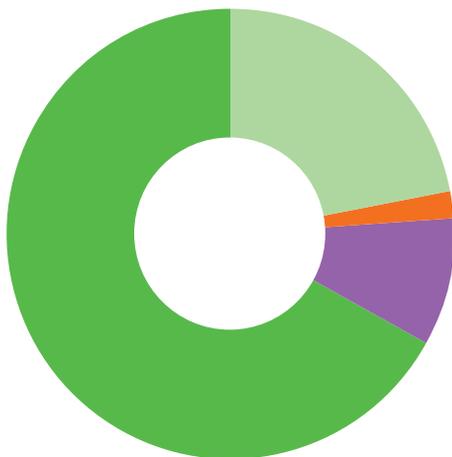
Forma Jurídica



78,28%
Empresa

21,72%
Persona física

Distribución Sectorial



21,96%
Comercio

1,96%
Turismo

9,41%
Industria

66,67%
Servicios

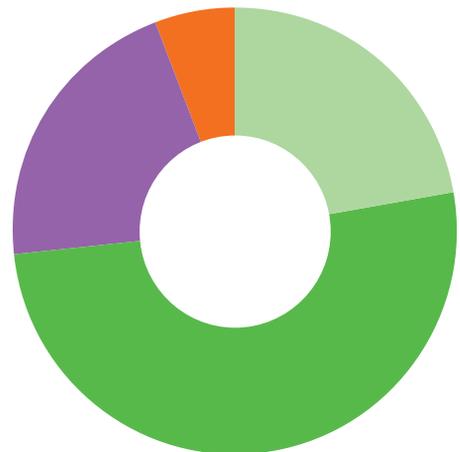
FOMENTO DE LA eADMINISTRACIÓN EN LA PYME

Ahorra tiempo y dinero en la gestión de tus trámites con la Administración y otras empresas



Tamaño de Empresa

(nº de trabajadores)



22,47%
De 0 a 1

50,94%
De 2 a 9

20,97%
De 10 a 49

5,62%
De 50 a 249

PROGRAMA INTEGRAL DE CUALIFICACIÓN Y EMPLEO-PICE

2

FORMACIÓN Y EMPLEO
Competitividad

El Programa Integral de Cualificación y Empleo (PICE) es un plan individualizado que guía y acompaña a los jóvenes entre 16 y 29 años a lo largo de un itinerario formativo y cuyo objetivo final es la inserción de los jóvenes en el mercado laboral. Cofinanciado por el Fondo Social Europeo (FSE), está diseñado a medida del perfil, intereses y grado de cualificación y capacitación del joven, pero también, y aquí es donde reside su diferencia, responde a la demanda actual de las empresas.

El PICE va dirigido a jóvenes beneficiarios del Sistema Nacional de Garantía Juvenil. Sus objetivos principales son mejorar la cualificación y empleabilidad de los jóvenes, generar contrataciones por cuenta ajena e incentivar el autoempleo y el espíritu emprendedor y, por último, involucrar al sector empresarial, convirtiendo a las empresas en actores activos e imprescindibles del programa.

PERFIL DEL JOVEN

Y DE LA EMPRESA PICE

Jóvenes entre 16 y 29 años que se encuentran en situación de desempleo o inactivos y que no están participando en ningún sistema educativo o de formación. La mayoría de ellos ha trabajado esporádicamente en empresas del sector servicios, especialmente en administración y gestión, comercio, informática y hostelería. Es un hábil usuario de herramientas informáticas y de las redes sociales, aunque presenta un bajo nivel de inglés.

En cuanto a las empresas que se adhieren al programa, destacan las pertenecientes a los sectores de la hostelería y el comercio.

PRINCIPALES

DATOS 2015

20.599

Jóvenes participantes en el programa

15.679

Orientaciones Vocacionales realizadas

6.768

Jóvenes han recibido formación de carácter troncal

2.949

Jóvenes que han recibido formación específica

879

Jóvenes que han recibido acompañamiento cameral dirigido a su inserción

1.128

Empresas adheridas

84

Cámaras de Comercio participantes

*El programa comenzó en septiembre de 2015



GRUPO CENTRAL INTEGRAL DE SERVICIOS ASPAÑAS

Historias
DE
ÉXITO

El Grupo Aspañas trabaja por la integración social y laboral de las personas con discapacidad intelectual y en riesgo de exclusión.

En el marco del Plan Integral de Cualificación y Empleo (PICE), el Centro ha contratado a cuatro jóvenes para trabajar en el Centro Especial de Empleo de que gestiona el grupo en Burgos. Los jóvenes contratados forman parte de la primera promoción PICE de la Cámara de Comercio de Burgos. Antes de su contratación, los jóvenes pasaron por un proceso de formación troncal, que se completó con formación específica sobre gestión de almacén, manejo de carretillas elevadoras, normas de calidad, prevención de riesgos y manipulación de alimentos.

Según nos ha explicado la Directora técnica del Grupo Aspañas, María Ortega, conocieron el Plan a través del Servicio de Empleo del Ayuntamiento y contactaron con la Cámara de Comercio de Burgos.

María Ortega destaca especialmente la rapidez y eficacia del funcionamiento del programa y califica de satisfactorio el grado de formación de los jóvenes que han contratado. Por ello, afirman *“tendremos en cuenta el programa de aquí en adelante para futuras necesidades de contratación”*.



PROGRAMA LOCAL DE APOYO AL EMPLEO-PLAE



FORMACIÓN Y EMPLEO
Competitividad

El Programa Local de Apoyo al Empleo (PLAE), desarrollado por la Cámara de Comercio de España a través de las Cámaras y entidades ligadas al entorno local, nació con el fin de dinamizar el mercado de trabajo local e incrementar la empleabilidad de las personas sin empleo y a mejorar las tasas de inserción laboral, ajustándose a las necesidades de los ámbitos rurales o urbanos.

Entre sus objetivos, destacan la mejora del acceso al empleo, potenciar los contactos entre empresas y desempleados, orientar las acciones de formación hacia los sectores productivos e involucrar al sector productivo en la mejora del empleo. Las ferias de empleo han sido la acción que ha tenido más éxito durante este año.

Está dirigido a Cámaras de Comercio, Consejos autonómicos y regionales de Cámaras, Ayuntamientos y agentes institucionales ligados al entorno local y que llevan a cabo proyectos dirigidos a jóvenes menores de 30 años, desempleados de larga duración, mayores de 45 años o desempleados con cargas familiares.

PRINCIPALES

DATOS 2015

25

Cámaras de Comercio participantes

34

Entidades Locales participantes

54

Ferias de Empleo

34.768

Asistentes a las Ferias

+ de 100

Acciones formativas

+ de 1.800

Alumnos formados

200

Inserciones

180

Ayudas al emprendimiento



AYUNTAMIENTO DE ALMANSA

Historias DE ÉXITO

El Programa Local de Apoyo al Empleo desarrollado por el Ayuntamiento de Almansa y la Cámara de España ha supuesto para esta localidad albaceteña el ofrecer a los ciudadanos, especialmente a los que se encuentran en situación de desempleo, y a las empresas locales recursos innovadores para conectar la oferta y la demanda laboral.

Según la concejal de Desarrollo Económico de el Ayuntamiento, Antonia Millán, *“todas las actuaciones del programa han tenido gran repercusión y aceptación entre el tejido social y laboral de Almansa, especialmente el*

l Foro de Empleo. Ha sido un revulsivo que nos ha permitido conectar con el empleo. Las empresas y los demandantes de empleo nos han manifestado su satisfacción e interés en la continuidad del mismo, debido a la flexibilidad y su carácter innovador.”

Las 2500 horas impartidas en acciones de formación y *coaching* laboral han posibilitado que noventa personas obtuvieran un certificado de profesionalidad, cuarenta y cinco realizaran prácticas en empresas y cuarenta fueran contradas por empresas.

PLAN INTEGRAL DE APOYO A LA COMPETITIVIDAD DEL COMERCIO MINORISTA



COMERCIO
Competitividad

El programa incluye una serie de actuaciones dirigidas a la mejora de la competitividad del comercio minorista y cuenta con la financiación del FEDER y de la Secretaría de Estado de Comercio. Los programas desarrollados abarcan acciones individuales y colectivas.

Entre las actuaciones individuales destaca la mejora en la gestión del punto de venta, mediante diagnósticos individualizados de cada negocio participante y la adopción de soluciones innovadoras.

En el caso de las acciones colectivas, el programa contempla talleres de sensibilización en materias clave para el sector como el comercio electrónico, el turismo de compras o el emprendimiento en el comercio. También incluye acciones promocionales innovadoras dirigidas a dinamizar e incentivar el consumo en los principales ejes comerciales y Centros Comerciales abiertos o proyectos singulares de modernización comercial desarrollados en Zonas de Gran Afluencia Turística como la rehabilitación de equipamientos colectivos, acondicionamiento de áreas comerciales o actuaciones de modernización.

En 2015 se ha incidido especialmente en la promoción del turismo de compras. En las acciones promocionales innovadoras dirigidas a dinamizar el consumo en los principales ejes comerciales se han tomado como referencia las mejores prácticas identificadas durante 2013 y 2014.

Asimismo, se ha dado un nuevo enfoque a la línea de relevo en el comercio, incidiendo en la formación y el asesoramiento a emprendedores y comercios a través de los talleres.

PERFIL DEL COMERCIO

Los destinatarios de las actuaciones han sido los emprendedores, pymes y autónomos del sector comercio minorista, las asociaciones del sector y los Ayuntamientos titulares de espacios o equipamientos comerciales.

PRINCIPALES

DATOS 2015

25.000

Comercios beneficiarios

319

Talleres celebrados

48

Acciones promocionales de dinamización desarrolladas

10

Proyectos singulares de inversión ejecutados en zonas de gran afluencia turística

88

Cámaras de Comercio participantes, con la colaboración de Comunidades Autónomas, Ayuntamientos y asociaciones del sector.

ACTUACIÓN	BENEFICIARIOS			
	2013	2014	2015	2013-2015
Diagnóstico Punto venta e innovación Comercial	1.141	969	1.071	3.181
Talleres (incluido Relevo en el Comercio)	5.559	6.883	7.525	17.371
Dinamización Ejes y Centros Comerciales Abiertos	6.347	15.618	14.761	36.726
Proyectos Singulares	586	1.560	1.597	3.743
TOTAL	13.633	25.030	24.954	63.617



CADA DÍA BIO

Historias DE ÉXITO

Esta tienda de alimentación ecológica con más de 900 productos a la venta se creó en 2013 y actualmente trabajan dos personas. Francisco Javier Gil Gil, fundador del comercio, leyó en prensa la convocatoria del Plan Integral de Apoyo al Comercio Minorista y desde el primer momento le interesó, porque vio que era la vía más idónea para detectar los puntos débiles del negocio y corregirlos.

Para Francisco Javier su paso por el programa, a través de la Cámara de Comercio de Madrid, le ha ayudado especialmente en la exposición y comercialización de productos, en la decoración del escaparate, en la presenta-

ción y ubicación de la mercancía y en el refuerzo de la marca "Cada Día Bio". En palabras de Francisco Javier, "nos ha clarificado muchos aspectos que no estaban bien determinados, nos ha enseñado temas que desconocíamos y nos ha reforzado contenidos en los que ya estábamos trabajando".

De la Cámara de Comercio de Madrid destaca el gran conocimiento sobre la materia de los profesionales que interactuaron con ellos y su involucración en su proyecto.

PROGRAMA DE APOYO EMPRESARIAL A LAS MUJERES-PAEM



EMPRENDIMIENTO
Competitividad

Su objetivo es sensibilizar a las mujeres hacia el autoempleo y la actividad empresarial y se ha convertido en un instrumento eficaz para la creación y consolidación de empresas lideradas por mujeres. Cuenta con el apoyo financiero del Fondo Social Europeo y el Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad. Es un programa dirigido a mujeres:

- › Con inquietud emprendedora
- › Con una idea o proyecto de negocio
- › Con un plan de modernización o ampliación

Está diseñado para apoyar las iniciativas de mujeres en cualquier fase de su proyecto, tanto en el inicio de la idea empresarial como en su puesta en marcha y consolidación.

El Programa cuenta, además, con un servicio de asesoramiento on-line que en menos de 48 horas responde a las consultas de las emprendedoras y empresarias acercándolas, a su vez, a las nuevas tecnologías.

PRINCIPALES

DATOS 2015

2.480

empresas creadas

279

Puestos de trabajo generados

11.285

Mujeres asesoradas

2.807

Mujeres asesoradas on-line

143

Microcréditos tramitados

53

Jornadas formativas

53

Cámaras de comercio participantes

DATOS COMPARATIVOS 2013-2015*

	BENEFICIARIOS	EMPRESAS CREADAS
2013	11.191	2.366
2014	11.453	2.783
2015	10.268	2.480
TOTAL 2013 - 2015	32.912	7.629

LA EMPRESARIA PAEM

El perfil de las mujeres que han pasado por el programa es el de una mujer universitaria de entre 25 y 45 años, que está en situación de desempleo inferior a un año (46,5%) o que actualmente está trabajando (29,2%) aunque decide montar su propia empresa.

Según los datos de 2015, casi tres cuartas partes de las empresas creadas por medio del programa corresponden a **actividades empresariales** (76,4%), seguidas de las **actividades profesionales** (23%). Dentro de las actividades empresariales predomina el **sector servicios**, con un 93,6% de las empresas creadas y dentro de esta actividad hay una clara preferencia por el comercio, especialmente la venta al menor de prendas de vestir (43%) y la apertura de bares y cafeterías (12,6%).





VIVE ESTÉTICA MALLORCA

Historias
DE
ÉXITO

Es una empresa joven y dinámica, formada por profesionales en el área de la estética y el cuidado y embellecimiento personal. Llevan ya tres años en el mercado y su valor añadido es optimizar los tratamientos de forma personalizada, basándose en la experiencia y en el continuo reciclaje en técnicas y aparatologías.

Según Anais Parra e Isabel Otero, fundadoras de la empresa, gracias al programa PAEM y a la Cámara de Comercio de Mallorca,

“pudimos abrir nuestra con empresa con rapidez, facilidad y a coste cero. Las personas de la Cámara nos atendieron y guiaron en todos los pasos a seguir, con gran amabilidad.” Anais e Isabel destacan también que están continuamente informadas por la Cámara de cambios legales, subvenciones y cursos de formación. *“Todo lo que podemos decir del programa PAEM y de la propia Cámara son agradecimientos y un sincero reconocimiento a su gran labor.”*

VENTANILLAS ÚNICAS EMPRESARIALES

PUNTOS DE ATENCIÓN AL EMPRENDEDOR

PRINCIPALES

DATOS 2015

9.863

Empresas creadas

14.720

Empleos generados

22.576

Personas atendidas

31

Ventanillas

13

Comunidades Autónomas implicadas

30

Cámaras de Comercio participantes

La Ventanilla Única Empresarial es una iniciativa conjunta de las administraciones públicas y de las Cámaras de Comercio que tiene por objeto el apoyo a los emprendedores en la creación de nuevas actividades empresariales.

El programa pone a disposición de los futuros empresarios las oficinas de Ventanilla Única Empresarial, una red de “puntos de contacto único” de tramitación y asesoramiento empresarial, ubicados en las Cámaras de Comercio, donde se facilita al emprendedor información y orientación empresarial y administrativa en materia de creación de empresas y se le ofrece la posibilidad de realizar en ese mismo espacio los trámites necesarios para la puesta en marcha de su actividad.

A lo largo de 2015 se ha acometido la definitiva integración de las oficinas VUE en la red de “Puntos de Atención al Emprendedor” (red PAE) de conformidad con las previsiones de la Ley 14/2013 de apoyo a los emprendedores y su internacionalización, unificando de este modo en una red común las diferentes redes de puntos de contacto hasta ahora existentes. Así los PAE de la red cameral potenciarán en mayor medida la utilización de los medios electrónicos de tramitación, abarcando las diferentes fases del ciclo de vida de la empresa.



EMPREDIMIENTO
Competitividad

DATOS COMPARATIVOS 2013-2015*

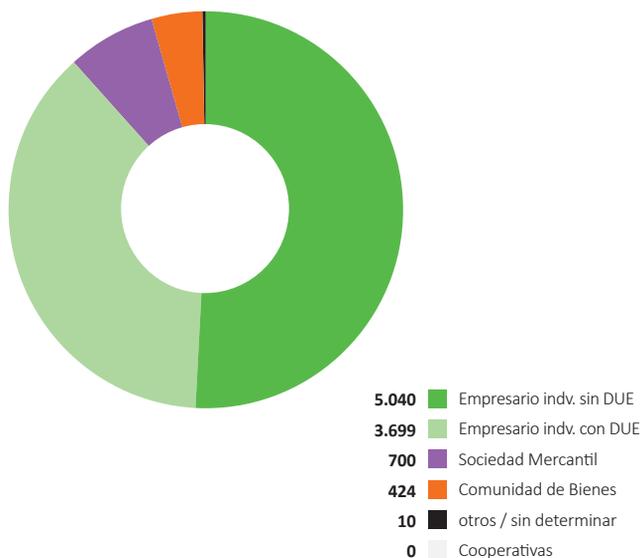
	1999-2012	2013	2014	2015	TOTALES
Empresas creadas	92.873	10.204	10.822	9.863	123.762
Personas atendidas	395.787	30.591	27.266	22.576	476.220
Empleo estimado	139.242	15.306	16.233	14.795	185.575



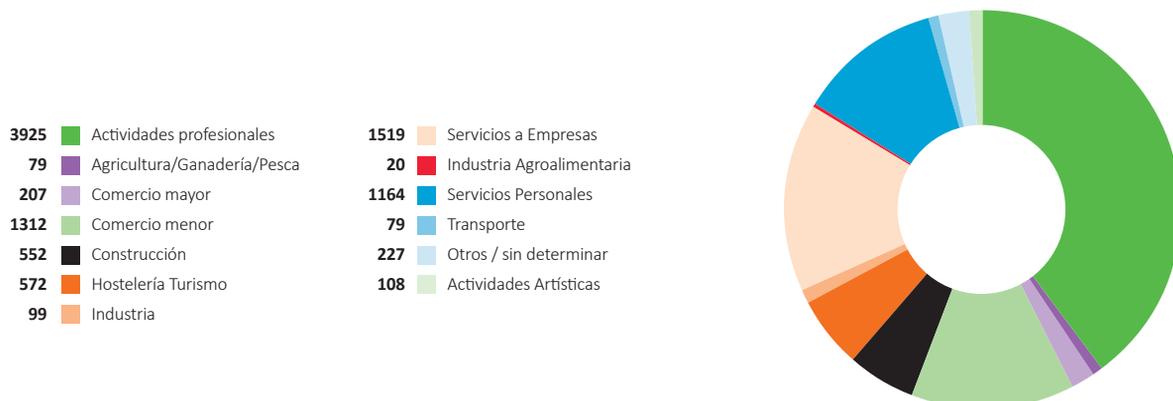
PERFIL DE LA EMPRESA

En 2015, por forma jurídica, predominan los empresarios individuales, un 88,6 % sobre el total de empresas creadas. Por actividad elegida, las profesionales (abogados, arquitectos, gestores, enseñanza, entre otras) con un 39,8 %, servicios a empresas (mantenimiento, limpieza, vigilancia), con el 15,4 %, y pequeño comercio (librerías, quioscos, textil, papelerías, informática), con el 13,3 %, comparten las preferencias de los nuevos emprendedores. Predominan los emprendedores entre los 25 y 35 años (casi el 57 %), seguidos de los de entre 36 y 45 años (23 %). Por nivel de estudios, un 30 % de los emprendedores tiene estudios secundarios (bachillerato o FP). A continuación se sitúan los diplomados universitarios e ingenieros técnicos (cerca del 25 %), los licenciados, arquitectos e ingenieros (25 %) y los emprendedores con estudios primarios (18 %).

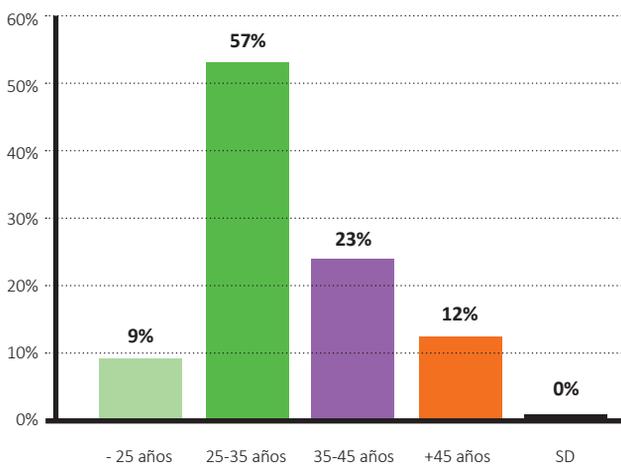
Empresas creadas por forma jurídica



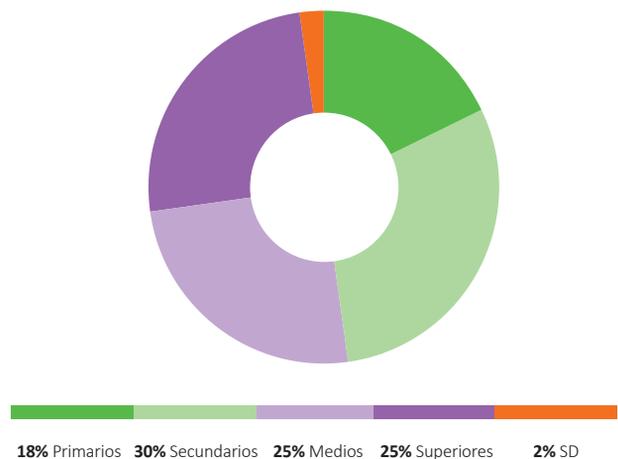
Empresas creadas por sector de actividad



Perfil del emprendedor edades



Perfil del emprendedor estudios



CHERUBINA

Historias
DE
ÉXITO

Es una empresa sevillana que elabora artesanalmente, a medida o en series limitadas, tocados, sombreros y complementos de vestir. Cada diseño está elaborado por Ana García, que empezó su carrera como diseñadora cuando aparcó las oposiciones a la carrera judicial y fiscal, diseñando bolsos y artículos de bisutería.

Sus diseños de sombreros y tocados se extendieron como la pólvora por toda la sociedad sevillana. El boca a boca de su buen hacer animaron a Ana a formarse en la prestigiosa London College of Fashion en el año 2002 y a abrir su primera tienda en el corazón de Sevilla.

En 2002, cuando ya tenía en mente su proyecto emprendedor, un conocido le recomendó que se acercara a la Ventanilla Única

Empresarial de la Cámara de Comercio de Sevilla, “a partir de ahí todo fue mucho más fácil”, comenta Ana. “El asesoramiento fue de gran ayuda, realicé muchísimas consultas y todas tenían respuesta. La constitución de mi actividad empresarial fue un paseo”.

“Desde entonces he acudido a la Cámara de Comercio como si fuera mi casa...asistiendo a seminarios (comercio online, apertura de mercados...), haciendo consultas sobre temas de exportación, acudiendo a ferias, a desayunos empresariales...ni recuerdo la cantidad de actividades y programas a los que he tenido acceso y que me han facilitado e impulsado durante casi quince años mi carrera en el mundo de la empresa”.

APRENDE A FINANCIARTE



FINANCIACIÓN
Competitividad

Aprende a FinanciarTE, programa de apoyo al acceso a la financiación, tiene como objetivo principal poner a disposición de emprendedores, autónomos y PYMES, en un mismo entorno web, un conjunto de servicios de asesoramiento, acompañamiento, información y de herramientas de gestión financiera con el fin de facilitar su formación financiera y ayudar a una mejor gestión del negocio.

El programa ofrece información clara y actualizada y con un lenguaje sencillo sobre todas las posibilidades de financiación existentes en el mercado financiero. Además, busca mejorar las capacidades financieras a través de herramientas de gestión, guías explicativas, guías multimedia y autodiagnósticos económicos y financieros. Por último, ayuda a conseguir la financiación, realizando tareas de acompañamiento.

A lo largo de 2015, se ha extendido el programa a nuevos territorios: Galicia, Extremadura, Canarias, Castilla La-Mancha, Murcia y Aragón. Asimismo, ha habido una sustancial mejora de la presencia en red, a través de acciones de posicionamiento de la web, campañas específicas de publicidad (adwords y facebook). Con nuevos contenidos-blog y vídeo blog semanal, la plataforma "aprendeafinanciarTE.com" adquirió más dinamismo y se logró una mayor interacción con los participantes, al introducir noticias específicas y personalizadas por Comunidades Autónomas y por tipo de perfil.

PRINCIPALES

DATOS 2015

26.156

Empresas participantes

4.692

Diagnósticos realizados

3.723

Usuarios asesorados

165.000

Visitas a la web

12.917

Recursos descargados (Guías Financieras, Herramientas de Gestión y Simuladores)

7

Comunidades Autónomas participantes

33

Cámaras participantes

130

Eventos organizados: foros, talleres, jornadas, ferias, carrera de la Financiación, webinars, concursos de Emprendedores, afterworks, jornadas de Capacitación, presentación de resultados de encuestas y charlas.

30

Presentaciones a entidades bancarias, entidades públicas, entidades de financiación alternativa)

DATOS COMPARATIVOS 2014-2015

El programa se puso en marcha en **Junio de 2014** en Andalucía donde se ejecutó aproximadamente el 20% de los usuarios totales. Dado el éxito del programa, se lanzó en Junio de 2015 en Extremadura y Galicia. Por último, en **Septiembre de 2015** se abrió en Canarias, Murcia, Castilla La Mancha y Aragón.

	2014	2015	TOTAL
Nº de CCAA participantes	1	7	8
Nº de Cámaras de Comercio participantes	15	33	48
Nº de Técnicos Camerales	65	75	140
Nº de usuarios	4.004	26.156	30.160
Eventos	25	130	155
Asesoramientos	277	3.723	4.000
Recursos descargados	5.083	12.917	18.000
Diagnósticos	808	4.692	5.500

PERFIL DEL PARTICIPANTE

APRENDE A FINANCIARTE

Los emprendedores, con un 60%, es el grupo que más ha utilizado los servicios de la plataforma Aprende a FinanciarTE durante 2015. Le siguen los autónomos, con un 22% y las pymes representan el 18% restante. En cuanto a sectores no hay ninguno que sobresalga claramente del resto.



PROGRAMA ANTENAS: SERVICIOS DE PROXIMIDAD PARA LA PYME

210

PRESENCIA TERRITORIAL
Competitividad

Las Antenas locales son oficinas de atención a emprendedores y empresas en municipios alejados o con dificultades de acceso a los servicios que prestan las Cámaras de Comercio. Los objetivos fundamentales del programa son acercar a las empresas y emprendedores de esas zonas toda la oferta de servicios de las Cámaras, así como reunir y transmitir sus necesidades a través de la constitución de una red de Observatorios Económicos Locales. El Fondo Social Europeo cofinancia entre un 50% y un 80%, en función de la región donde se ubica la Antena.

PERFIL DE USUARIO

El perfil medio de la persona que acude a las Antenas de las Cámaras de Comercio responde a un hombre, emprendedor de menos de 25 años y en cuanto a las empresas, en su gran mayoría pertenecen al sector servicios y tienen menos de 10 trabajadores.

PRINCIPALES

DATOS 2015

2.931

Nuevos usuarios

4.400

Consultas atendidas

7.490

Servicios relacionados especialmente con comercio interior, comercio exterior y formación

35

Antenas operativas en todo el territorio nacional

13

Cámaras de Comercio participantes

DATOS COMPARATIVOS 2013-2015

	2013	2014	2015
Cámaras	20	18	13
Antenas	71	57	35
Media Usuarios atendidos por Antena	93	91	84
Media Consultas atendidas por Antena	190	193	126
Media Servicios prestados por Antena	293	272	214

MAPA TERRITORIAL DE ANTENAS

CCAA	CÁMARAS PARTICIPANTES	Nº DE ANTENAS
ANDALUCÍA	Andújar	1
	Cádiz	2
	Córdoba	3
	Huelva	2
	Jaén	7
	Linares	1
	Sevilla	2
TOTAL ANDALUCÍA	7	18
CATALUÑA	Barcelona	2
TOTAL CATALUÑA	1	2
EXTREMADURA	Badajoz	9
TOTAL EXTREMADURA	1	9
GALICIA	A Coruña	1
	Ourense	2
	Santiago de Compostela	1
	Vigo	2
TOTAL GALICIA	4	6
TOTAL	13	35

PROGRAMA INTELITUR



TURISMO
Competitividad

El Programa “Innovación Tecnológica en el Sector Turístico”, INTELITUR, tiene por objeto mejorar la competitividad de las pymes del sector turístico, a través de la innovación, la información y el conocimiento. Para facilitar el acceso a las pymes a los servicios disponibles se crea la plataforma tecnológica Intelitur, www.intelitur.es, que cuenta con la financiación de los fondos FEDER y de la Secretaría de Estado de Turismo, a través de Turespaña.

La plataforma abarca líneas de actuación como Inteligencia turística: acceso a la información generada por las diferentes fuentes del sector; soluciones de gestión: herramientas enfocadas a mejorar la cuenta de resultados de las pymes, aumentando sus ingresos o reduciendo sus gastos y, por último, Innovación y transferencia tecnológica, a través del encuentro entre pymes y los principales agentes del sector.

NOVEDADES 2015

En 2015, se ha dotado de contenido las secciones de alojamiento, comercio y restauración, incorporando, además las siguientes áreas: gestión de reputación on-line, revenue management, servicios complementarios en destino, acceso a canales de venta, mejora de la imagen o fidelización, entre otras.

La constitución de una Comisión de Turismo ha sido otro de los hitos destacados en este año. La comisión nació con el objetivo de convertirse en foro de debate, que permita a la Cámara de Comercio de España conocer las necesidades del sector, poner en marcha actuaciones específicas y transmitir a las administraciones públicas los temas más relevantes que afectan al turismo.

PRINCIPALES

DATOS 2015

4

Jornadas de difusión del programa en Málaga, Mallorca, Gran Canaria y Barcelona

180

Empresas asistentes a las jornadas de los subsectores de alojamiento y restauración

55

Diagnósticos de prueba piloto en Barcelona, Mallorca y Málaga.

95

Notas de coyuntura turística

2

Informes monográficos. Turquía y Francia

1

Guía de Apps del sector turístico, editada junto a Segittur

Participación en la jornada de emprendedores de Fitur Know How & Export 2015



3

INSTITUCIONAL

- › Actividad corporativa
 - › Relaciones con las Cámaras de Comercio
 - › Servicio de estudios
 - › Comunicación y Marketing
-

El año 2015 ha sido un ejercicio de cambio y renovación para la Cámara de Comercio de España. Tras su creación en noviembre de 2014, se ha llevado a cabo una profunda reorganización interna para dotar a la Cámara de la estructura necesaria para cumplir sus objetivos: defensa institucional, mejora de la competitividad, internacionalización y cooperación empresarial para la reflexión estratégica. Todo ello con una clara orientación a la prestación de servicios de valor para las empresas y la red de cámaras, tanto nacionales como en el exterior.

El presidente, José Luis Bonet, ha desplegado una intensa actividad institucional y mediática para dar a conocer la nueva Cámara de España a empresas, administraciones y opinión pública, así como al conjunto de la red cameral.

ACTIVIDAD CORPORATIVA



ACTIVIDAD CORPORATIVA
Institucional

RESPALDO UNÁNIME

La Cámara de Comercio de España ha contado desde su creación con el respaldo de la Corona y del ámbito político y empresarial. Así quedó atestiguado con la presencia del Rey de España, Felipe VI, en la presentación oficial de la Cámara, en la que también participaron los ministros de Economía y Competitividad, Luis de Guindos; Industria, Energía y Turismo, José Manuel Soria, y Fomento, Ana Pastor, y los máximos representantes de grandes empresas españolas.

105

ACTOS INSTITUCIONALES

DEFENSA

INSTITUCIONAL

Fiel a su compromiso con la defensa institucional, la Cámara de España ha dejado oír su voz en relación a cuantas cuestiones afectan a la actividad empresarial. En el mes de diciembre, remitió a los principales partidos políticos que concurrían a las elecciones generales el documento, “Propuestas de Pacto para la Competitividad Empresarial”, en el que se recogían las propuestas económicas de la Cámara y la reivindicación del diálogo y los pactos como medio para consolidar la recuperación y garantizar el bienestar de toda la sociedad.



GIRA AUTONÓMICA Y MEDIÁTICA

El presidente José Luis Bonet ha desplegado una intensa actividad institucional y mediática para dar a conocer la nueva Cámara de España.

Ha visitado 12 Comunidades Autónomas: Andalucía, Cataluña, Madrid, Galicia, País Vasco, Cantabria, Castilla-La Mancha, Aragón, Baleares, Castilla-León, Navarra y Comunidad Valenciana.

También ha sido intensa su presencia mediática, con 31 entrevistas para hacer llegar a la opinión pública los objetivos y funciones de la institución.



LA INTERNACIONALIZACIÓN, EJE ESTRATÉGICO

La internacionalización es uno de los objetivos estratégicos de la Cámara. De ahí, que la institución haya participado en importantes eventos para apoyar la presencia exterior de las empresas españolas.

En el mes de junio, la Cámara, junto al Foro de Marcas Renombradas Españolas, el Club de Exportadores e Inversores Españoles y la Asociación Española de Directivos, organizaba en

Madrid la III Cumbre de Internacionalización, con la presencia del rey emérito, Juan Carlos I.

En septiembre, el presidente de la República de Colombia, Juan Manuel Santos, recibió en Cartagena de Indias a una representación de las grandes empresas españolas, en un viaje organizado por la Cámara. También las pymes tuvieron presencia en el encuentro empresarial hispano-colombiano que tuvo lugar a continuación en Bogotá.

Además, el presidente de la Cámara ha acompañado a sus SS.MM. los Reyes de España en los viajes oficiales que realizaron a París y Washington.

23

CONVENIOS

Durante el año 2015, la Cámara de Comercio de España ha firmado un total de 23 convenios de colaboración, 14 con la Administración General del Estado y 9 con entidades privadas.

Entre los primeros, destacan el suscrito con el Ministerio de Economía y Competitividad para el desarrollo del Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista, el convenio de colaboración con la DGPYME para fomentar la iniciativa emprendedora o la renovación del acuerdo con el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, a través del Instituto de la Mujer, para la realización del Programa de Apoyo a la Mujer Empresaria (PAEM).

Respecto a los acuerdos alcanzados con entidades privadas, subrayar el suscrito con la CECA para realizar actividades conjuntas que refuercen la competitividad de la empresa española a través de la mejora del acceso al crédito.

5

PLENOS

El Pleno de la Cámara de Comercio, máximo órgano de gobierno, se ha reunido en cinco ocasiones: febrero, abril, junio, septiembre y noviembre. El ministro de Hacienda y Administraciones Públicas, **Cristóbal Montoro**, la ministra de Empleo y Seguridad Social, **Fátima Báñez**, o el consejero ejecutivo del BBVA y presidente del Trans Atlántic Business, **José Manuel González-Páramo**, han sido algunos de los invitados destacados durante los almuerzos de trabajo que organiza la Cámara de España tras la celebración del Pleno.

5

COMISIONES

Uno de los objetivos estratégicos de la Cámara de España, la cooperación empresarial para la reflexión estratégica, se lleva a cabo a través de comisiones tanto sectoriales como transversales, lideradas por las empresas, en las que se analizan las tendencias y se proponen planes de acción a largo plazo.

En 2015, se constituyeron cinco comisiones: Comercio, que lidera el presidente de El Corte Inglés, Dimas Gimeno; Turismo, presidida por

Simón Pedro Barceló, presidente del Grupo Barceló y tesorero de la Cámara de Comercio de España; Formación, al frente de la cual se sitúa Ramón Paredes, vicepresidente de Relaciones Gubernamentales e Institucionales de Volkswagen -Audi España; Universidad Empresa, cuyo presidente es Antonio Abril, secretario general del Consejo de Administración de Inditex, e Innovación y Nuevas Tecnologías, que capitanea Agustín Cordon, consejero delegado del Grupo Zeta.

6

COMITÉS EJECUTIVOS

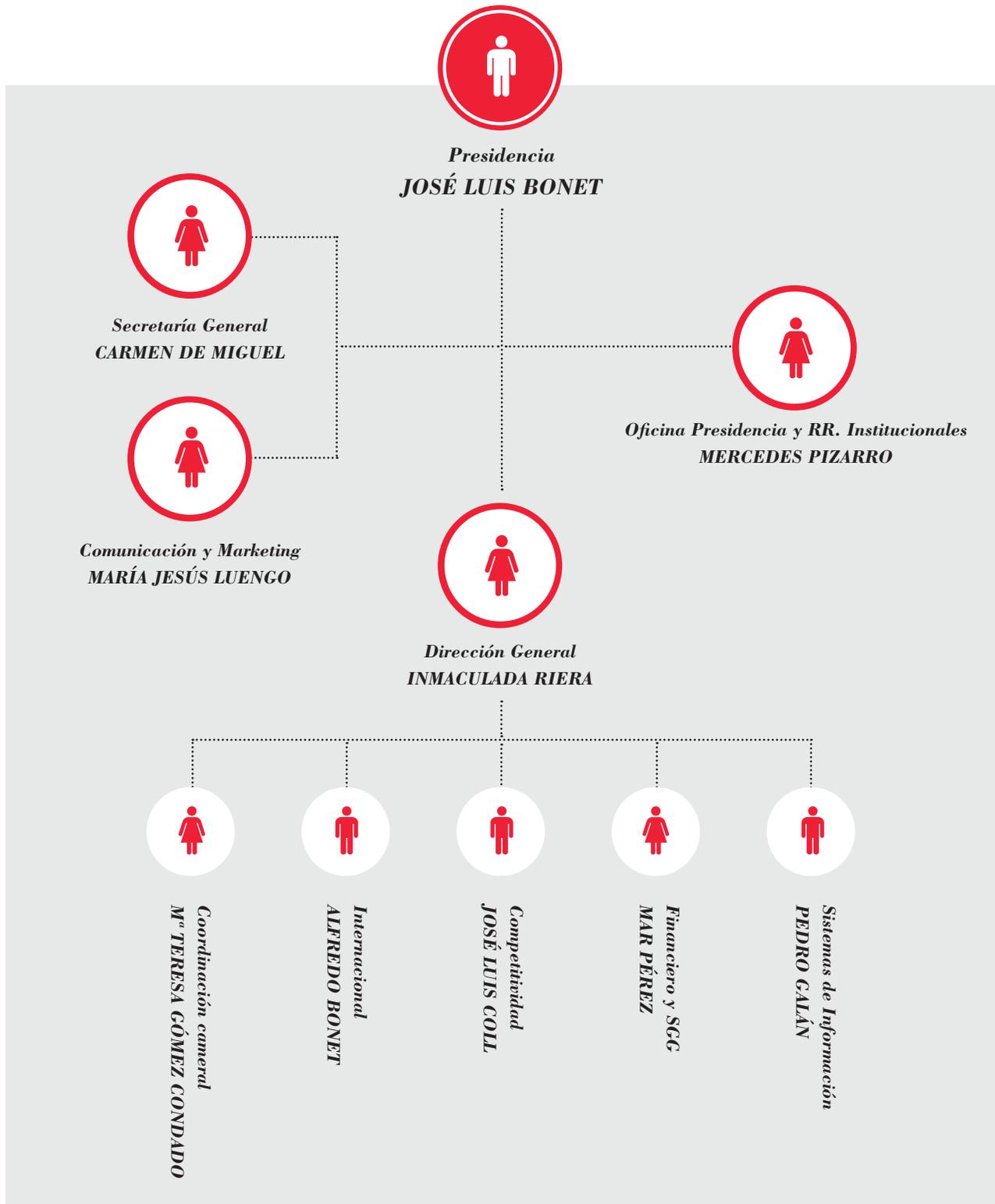
El Comité Ejecutivo, órgano de gestión, administración y propuesta de la Cámara de España, ha mantenido seis reuniones: enero, febrero, abril, junio, septiembre y noviembre.





NUEVO ORGANIGRAMA

A lo largo de 2015, la Cámara de Comercio de España ha vivido una profunda reorganización interna. El 29 de septiembre, el Pleno aprobaba el nuevo organigrama orientado a la consecución de los objetivos estratégicos de la institución y a la prestación de servicios de valor a las empresas, a las 88 cámaras territoriales y a las 35 cámaras en el exterior.





En el mes de septiembre, se incorporó como **directora general, Inmaculada Riera**, cuya trayectoria profesional se ha desarrollado desde 1984, en diversas entidades financieras y en el sector de la consultoría económico-financiera y empresarial tanto en España como en el extranjero. Es Licenciada en Derecho por la Universidad de Barcelona, inscrita en el Colegio de Abogados de Barcelona. Ha cursado estudios de postgrado en Política y Economía Internacional por la Universidad de Florencia (Italia); diplomada en Derecho Comparado por la Universidad de Strasbourg (Francia); PADE por el IESE y diploma Forex Internacional (Assotiation Cambiste Internationale, A.C.I.) en mercados financieros.



El Pleno de la Cámara aprobó en el mes de noviembre el nombramiento de **Adolfo Díaz-Ambrona como secretario general**, tras la celebración de un concurso público para cubrir la plaza. Díaz-Ambrona, es licenciado en Derecho y en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Pontificia de Comillas ICADE E-3 y pertenece al Cuerpo de Abogados del Estado, con amplia experiencia en distintos cargos administrativos: Secretaría General Técnica del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Abogacía General del Estado, Agencia Estatal de la Administración Tributaria en Extremadura y la Agencia Estatal de la Administración Tributaria en Madrid.

El equipo directivo de la Cámara se completó con Mercedes Pizarro, directora de la Oficina de Presidencia y Relaciones Institucionales; María Jesús Luengo, directora de Comunicación y Marketing; Alfredo Bonet, director Internacional; José Luis Coll, director de Competitividad, y María Teresa Gómez Condado, directora de coordinación cameral.

RELACIONES CON LAS CÁMARAS DE COMERCIO

La mejora de la coordinación con las cámaras territoriales y en el exterior y la prestación de servicios de valor a la red han estado muy presente en las actuaciones de la Cámara de España en su primer año de vida.

Prueba de ello es la creación de la Comisión de Cámaras, órgano consultivo puesto en marcha a instancias de la Asamblea de Cámaras celebrada en el mes de febrero, que se reúne con carácter previo a los plenos y comités ejecutivos para

conocer los asuntos a tratar por los órganos de gobierno de la Cámara de España.

Además se ha creado la Dirección de Coordinación Cameral, con María Teresa Gómez Condado al frente, y se han realizado reuniones periódicas de coordinación a distintos niveles: directores generales y secretarios generales; Consejos Territoriales de Cámaras y responsables de Comunicación.

SERVICIO DE ESTUDIOS

PRINCIPALES

DATOS 2015

26

Informes y publicaciones elaboradas

3.400

Empresas encuestadas

23

Artículos y notas de opinión redactadas

11

Acuerdos de colaboración

52

Propuestas para la simplificación administrativa que han sido trasladadas al Ministerio de Hacienda y Administraciones públicas sobre:

- › **16** propuestas sobre importaciones y exportaciones
- › **15** sobre innovación
- › **12** sobre Marca y Propiedad Industrial
- › **9** de otros ámbitos

3

Jornadas de simplificación administrativa con empresarios en Santander, Madrid y Pamplona

29

Cámaras de Comercio y 3 Consejos Regionales forman el Grupo de trabajo de reducción de cargas administrativas

En 2015 se ha relanzado la actividad del Servicio de Estudios con el objetivo de situar a la Cámara de España como una institución de referencia en materia económico-empresarial. La elaboración de publicaciones e informes para dar respuesta a la función consultiva de la Cámara es una de sus actuaciones prioritarias.

Otra de las actividades más destacadas del Servicio de Estudios es su trabajo por la mejora del entorno regulatorio de las empresas y la simplificación administrativa.

Anualmente, desde el año 2007, se firma un convenio de colaboración con el Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, con el objeto de avanzar en la mejora de la relación de las empresas con la Administración y la reducción de las cargas administrativas que soportan.

En 2015, los trabajos se han centrado en el diseño de propuestas de reducción de cargas administrativas en el ámbito de la gestión de la marca y derechos de propiedad industrial, la exportación e importación, y la innovación. Las medidas sugeridas buscan eliminar los obstáculos existentes en la relación con la Administración Pública por parte de las empresas, aspecto de particular relevancia para la mejora de su capacidad competitiva.



SERVICIO DE ESTUDIOS
Institucional

COMUNICACIÓN Y MARKETING



COMUNICACIÓN Y MARKETING
Institucional

La Comunicación se ha convertido en un objetivo estratégico de la Cámara de España en un doble sentido: comunicación externa, para informar a la sociedad del trabajo de las Cámaras y llevar a cabo su objetivo de defensa institucional de las empresas, y comunicación interna, para coordinar la acción de la red de Cámaras.

En el ámbito de la comunicación externa, se ha incrementado la presencia mediática de la Cámara de España, reflejo tanto de la intensa actividad del presidente como del resto de responsables de la institución.

PRINCIPALES

DATOS 2015

MEDIOS IMPRESOS

1.466

Impactos en medios nacionales y regionales

211.110.160

Audiencia acumulada

8.416.660€

Valor Publicitario Estimado

MEDIOS DIGITALES

3.502

Impactos informativos en prensa digital

CANALES ON LINE

La Cámara de España ha reforzado su presencia digital y ha puesto en marcha una nueva estrategia online, con unos objetivos definidos de incremento de tráfico, captación de registros y fidelización de usuarios.

En 2015 y coincidiendo con la presentación oficial de la Cámara de Comercio de España en el mes de febrero, se lanzó la nueva web corporativa: camara.es con el objetivo de dar a conocer las funciones y actividades de la Cámara, así como las ayudas, trámites y servicios dirigidos a pymes, autónomos y emprendedores. Como parte de la estrategia digital, se inició el lanzamiento de las diferentes microsites específicos de cada programa y se ha potenciado la utilización de redes sociales.

AUDIENCIA WEB CÁMARA DE ESPAÑA + MICROSITES

2.329.248

Sesiones

1.811.100

Usuarios

5.204.911

Páginas vistas

REDES SOCIALES

9.974

Seguidores / 748.900 impresiones

2.379

Fans

634

Seguidores



4

SERVICIOS

- › Arbitraje y mediación
 - › Certificaciones
-



ARBITRAJE Y MEDIACIÓN



ARBITRAJE Y MEDIACIÓN
Servicios

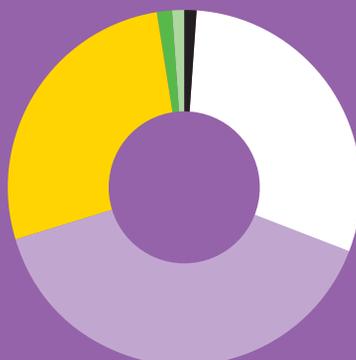
CORTE ESPAÑOLA DE ARBITRAJE

La Corte Española de Arbitraje es pionera en el ámbito del arbitraje institucional de naturaleza mercantil. Su principal cometido es impulsar y promover este sistema extrajudicial de resolución de conflictos por ser una vía eficiente para agilizar y simplificar los conflictos civiles y mercantiles, con efectos muy positivos sobre la competitividad del tejido empresarial.

La Corte tiene reconocida por Ley funciones arbitrales tanto en Derecho como en Equidad y es competente para llevar a cabo arbitrajes nacionales e internacionales. Además cuenta con árbitros independientes, del máximo prestigio, con experiencia en la resolución extrajudicial de conflictos mercantiles.

Las empresas valoran cada vez más el servicio de la Corte Española de Arbitraje por su celeridad, el sistema de elección de árbitros mediante ternas, la confidencialidad en la resolución del conflicto y la participación de los mejores especialistas en la materia.

Procedimientos en función de la cuantía



PRINCIPALES

DATOS 2015

12%

de aumento del número de procedimientos arbitrales respecto a 2014.

97%

Prevalencia del arbitraje de Derecho (97%) frente al de Equidad (3%).

3 de cada 10

arbitrajes fueron tramitados por procedimiento ordinario (reclamaciones de más de 300.000€)

Construcción, distribución y energía

han sido los sectores con más procedimientos de arbitraje

En el 15%

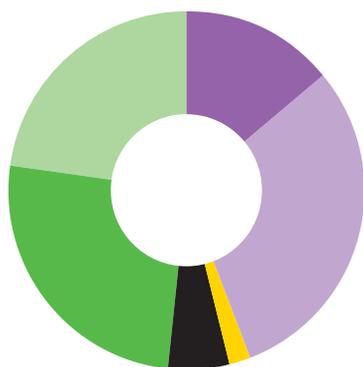
de los casos se logró un acuerdo antes de la emisión del laudo.

Notable aumento

del arbitraje societario y del estatutario.

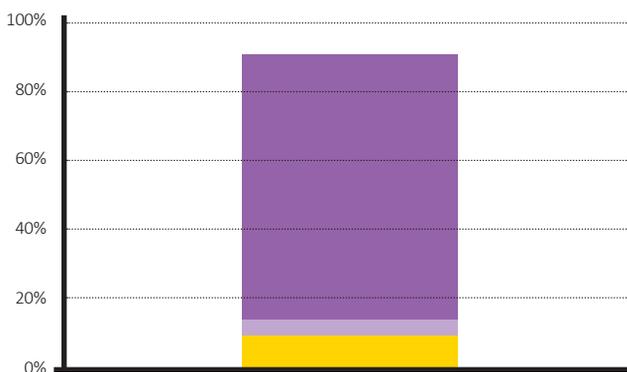
La Corte Española de Arbitraje es centro oficial, habilitado por Red.es, para la resolución de conflictos sobre dominios.es. En 2015, se resolvieron un 20% más de casos.

Procedimientos en función del sector



■ Societario ■ Telecomunicaciones ■ Distribución/Agencia/Franquicia
■ Construcción ■ Bancario & Financiero ■ Energía

Terminación del procedimiento



■ Laudo ■ Antes de la práctica de la prueba ■ Antes del intercambio de escritos de alegaciones

SERVICIO DE MEDIACIÓN

La Unidad de mediación presta asistencia de manera continuada a las Cámaras de Comercio para la implantación homogénea del Servicio de Mediación en todo el territorio nacional. Asimismo orienta a la hora de suscribir convenios de colaboración con organismos judiciales para promover e incrementar la remisión de los litigios judiciales a este sistema alternativo de resolución de conflictos.

PRINCIPALES DATOS 2015

ACTIVIDADES	OBJETIVO
Convenio de colaboración con el Consejo General del Notariado y el Consejo General de la Abogacía Española	➤ <i>Difundir y promocionar la mediación</i>
Reunión con representantes del FMI	➤ <i>Análisis sobre la situación de la mediación concursal en España</i>
Curso de Actualización en Derecho concursal y mediación, en colaboración con la Universidad Menéndez Pelayo y la Cámara de comercio de Cartagena	➤ <i>Dirigido a técnicos de Cámaras, asesores jurídicos y economistas</i>
Jornada: Mediación intrajudicial en asuntos civiles y mercantiles	➤ <i>Dirigido a mediadores Cámaras</i>
Participación en el Proyecto europeo "Mediation Meets Judges"	➤ <i>Promoción del uso de la mediación en países europeos</i>
Encuentro Mediation Meets Judges en Chipre	➤ <i>Representación de las Cámaras de Comercio españolas</i>
Manual para procedimientos de mediación adaptado a la legislación española	

CERTIFICACIONES

4

CERTIFICACIONES
Servicios

CUADERNOS ATA

El Cuaderno ATA es un documento de admisión temporal de mercancías, válido en más de 80 países, que sustituye a los documentos nacionales de exportación e importación temporal.

Permite trasladar las mercancías entre diferentes territorios aduaneros, sin necesidad de realizar las gestiones de exportación/importación temporal específicas en cada uno de ellos (sin pagar IVA ni Derechos Aduaneros correspondientes).

PRINCIPALES

DATOS 2015

4.376

Cuadernos emitidos

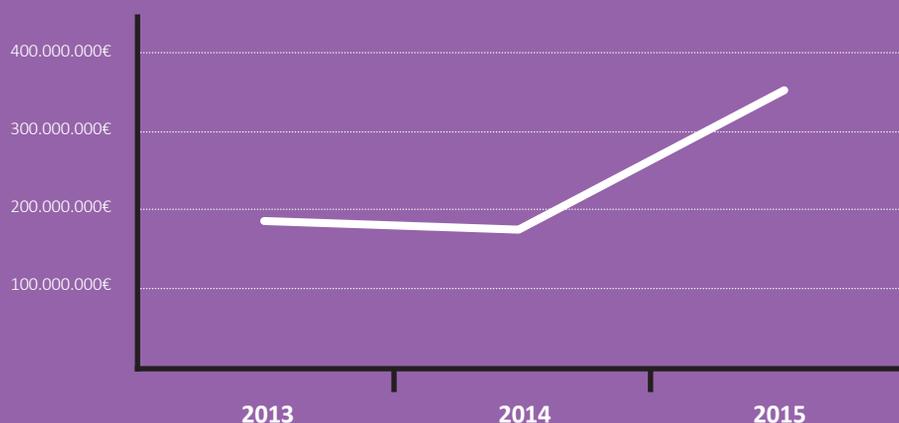
62

Cámaras emisoras

DATOS COMPARATIVOS 2013-2015

	2013	2014	2015
CUADERNOS EMITIDOS	4.432	4.545	4.376
VALOR DE MERCANCÍA	166.815.322€	153.223.842€	320.520.608€

Valor de la mercancía



	FERIAS INTERNACIONALES		MUESTRAS COMERCIALES		MATERIAL PROFESIONAL	
	CUADERNOS	VALOR	CUADERNOS	VALOR	CUADERNOS	VALOR
2013	588	65.850.139€	891	38.038.114€	2.953	62.927.069€
2014	687	30.141.790€	884	35.901.656€	2.974	87.180.396€
2015	641	96.795.325€	838	40.598.604€	2.897	83.126.679€

NOVEDADES

En 2015 se ha implementado el uso de la Plataforma de Tramitación, eTrámites, para la solicitud y tramitación de los Cuadernos ATA, así como los Certificados de Origen. Esta Plataforma facilita la solicitud de los certificados a cualquier hora y desde cualquier lugar, y evita los desplazamientos a la sede de la Cámara.

CERTIFICADOS DE ORIGEN

Documento que acredita que las mercancías son originarias de un determinado país o territorio, con la finalidad de satisfacer requisitos comerciales. El origen viene determinado por el país o territorio donde ha sido fabricado el producto o donde ha sufrido la última transformación sustancial.

PRINCIPALES

DATOS 2015

343.586

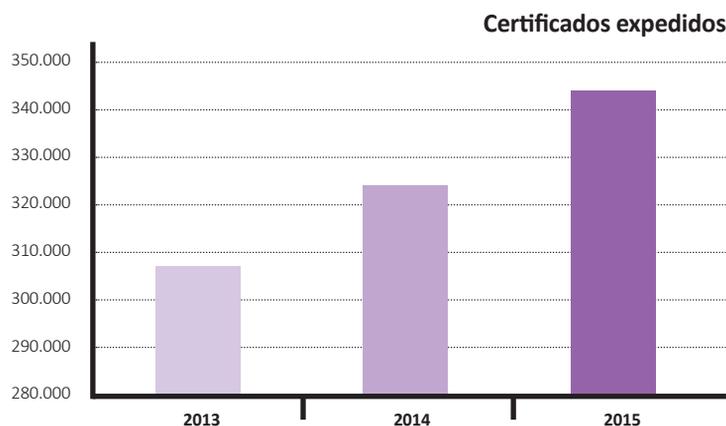
Certificados expedidos

88

Cámaras expedidoras

DATOS COMPARATIVOS 2013-2015

	2013	2014	2015
Certificados expedidos	306.564	324.578	343.586



PRINCIPALES

DATOS 2015

Todo documento público español requiere ser legalizado para ser válido en el extranjero (salvo acuerdo entre Estados que exima de dicha obligación). La legalización se lleva a cabo mediante la comprobación de la autenticidad de la firma que figura en el documento, así como de la calidad en que actúa el firmante del mismo.

Las Cámaras de Comercio llevan a cabo la legalización de documentos de carácter mercantil.

110.714

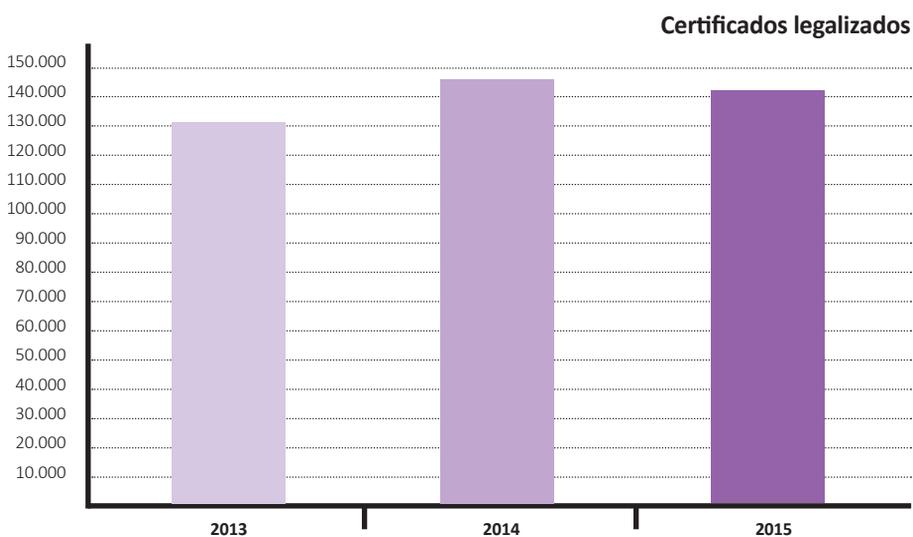
Documentos legalizados

88

Cámaras que prestan el servicio

DATOS COMPARATIVOS 2013-2015

	2013	2014	2015
Documentos legalizados	131.940	146.798	142.757



PRINCIPALES

DATOS 2015

7.472

Certificados emitidos

88

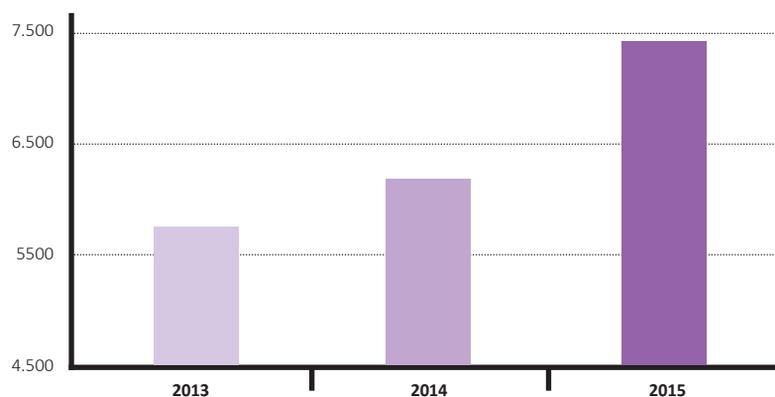
Cámaras emisoras

El catálogo de certificaciones de la Cámara de Comercio de España se compone de los siguientes certificados, **“Perteneencia al censo”**, que acredita que una empresa figura inscrita en el censo público de empresas; **“Tamaño empresarial”**, garantiza la clasificación por tamaño de una empresa; **“Reconocimiento y notoriedad de marca”**, que avala el carácter distintivo de una marca y **“Libre venta y consumo”**; que acredita que el producto a exportar es conforme a la legislación española y de comercialización libre en España.

DATOS COMPARATIVOS 2013-2015

	2013	2014	2015
Certificaciones emitidas	5.832	6.603	7.472

Certificaciones emitidas





2015

LA CÁMARA EN IMÁGENES



