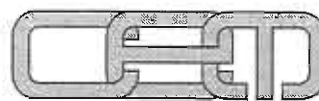


Málaga

MÁLAGA EMPRESARIA

CONFEDERACIÓN  
DE EMPRESARIOS  
DE MÁLAGATELÉFONO  
952 060 623WEB  
www.cem-malaga.es  
CORREO ELECTRÓNICO  
cem@cem-malaga.es

# La CEM promueve la transferencia de conocimiento a emprendedores

► La iniciativa E2e ofrecerá a empresas en fase de arranque la tutela de empresarios ya consolidados

LA OPINIÓN MÁLAGA

El pasado 8 de noviembre tuvo lugar en la sede de la Confederación de Empresarios de Málaga (CEM), una rueda de prensa con motivo de la presentación del proyecto E2e de Empresario a Emprendedor, iniciativa organizada por la propia CEM, la Universidad de Málaga (UMA) y la Asociación de Jóvenes Empresarios (AJE).

La finalidad del proyecto E2e de Empresario a Emprendedor es apoyar la consolidación de empresas de reciente creación a través de una metodología participativa y de experiencias compartidas en primera persona. Para ello, se pretende apoyar el crecimiento de los emprendedores y empresas en fase *start-up* a través de la experiencia de empresarios con trayectoria en el mercado que sirvan como referente de buenas prácticas.

Intervinieron en la rueda de prensa Javier González de Lara, presidente de CEM; Ana María Sánchez, vicerrectora de Relaciones Universidad-Empresa, y Javier Noriega, presidente de AJE.

## Talleres prácticos

El presidente de CEM explicó que el proyecto se compone de mesas de trabajo de jóvenes empresarios que, mediante la constitución de un grupo de apoyo y buenas prácticas, colaboran en lo relativo a la superación de dificultades más frecuentes de emprendedores y empresas en fase *start-up* (los grupos desarrolla-



Ana María Sánchez, Javier González de Lara y Javier Noriega, en la sede de la CEM. LA OPINIÓN

rán un documento dinámico a modo de FAQs a disposición de todos los emprendedores implicados en el proyecto bajo la denominación de «FAQS para la metamorfosis: del estado emprendedor a la realidad de ser empresario»); de cuatro talleres prácticos de solución de problemas y de entrenamiento a emprendedores, bajo el nombre de «En busca de un Plan B» y de asistencia técnica individualizada.

Como informó González de Lara, la asistencia integrará as-

pectos diversos como el análisis de la viabilidad de la idea de negocio, la tutorización del plan de empresa, información sobre ayudas, subvenciones, trámites de creación de empresas, etc.

En el caso de las empresas en fase *start-up* (con un máximo un año desde su creación) el acompañamiento personalizado, irá orientado a proporcionar herramientas para crecer y consolidarse.

La vicerrectora de Relaciones Universidad-Empresa, por su par-

te, destacó la cooperación entre CEM, UMA y AJE como fuente para articular servicios dirigidos al apoyo y el crecimiento de las empresas desde el momento de su constitución.

Mientras, el presidente de la Asociación de Jóvenes Empresarios resaltó lo esencial de aunar esfuerzos en pro de incrementar la opción del emprendimiento como salida al problema de desempleo actual y como instrumento eficaz para el desarrollo social y económico de la provincia de Málaga.

# Ida Willadsen, de Malaca Institute, y Pasión Vega, nuevos premios Amupema

LA OPINIÓN MÁLAGA

Ida Willadsen, propietaria de Malaca Institute, ha sido la empresaria galardonada en esta edición 2011 por la Asociación de Mujeres Profesionales y Empresarias de Málaga (Amupema), además de la conocida cantante Pasión Vega.

Ana María García, presidenta de Amupema, explicó a los numerosos asistentes -entre los que se encontraban el alcalde de la ciudad, Francisco de la Torre, la delegada del Gobierno de la Junta de Andalucía, Remedios Martel, y el presidente de CEM, Javier González de Lara- el carácter de estas distinciones y la importancia de que la mujer se abra camino en el mundo empresarial. González de Lara destacó los avances conseguidos en este ámbito: los cambios positivos en la cultura de la igualdad y visibilidad de las mujeres en la sociedad, el incremento de figuras impulsoras de la iniciativa empresarial femenina -entre ellos las propias asociaciones empresariales- y el incremento del movimiento asociativo y de las redes de mujeres.

En los últimos años, como indicó el presidente de CEM, el carácter emprendedor de la mujer en el ámbito profesional se ha incrementado hasta el punto que, en el último ejercicio, en la provincia el 43% de las empresas creadas corresponden a mujeres.

# La Cámara presenta los nuevos cursos de su escuela de formación

L. O. MÁLAGA

Hace escasas fechas se presentaron los nuevos cursos de la Escuela de Formación Empresarial de la Cámara de Comercio de Málaga, así como la clausura y entrega de diplomas del Máster en Dirección y Administración de Empresas de la Cámara (MBA). El presidente de la Cámara de Comercio, Jerónimo Pérez Casero, puso de relieve la importancia que tiene hoy más que nunca «saber escoger el camino de la formación como medio para la mejora y puesta al día de conocimientos y capacitación profesional y empresarial» e hizo especial mención al momento de crisis económica que estamos viviendo indicando que «no podemos permitirnos dejar pasar ninguna oportunidad».

# Un seminario analiza a YouTube como arma de videomarketing

► De fondo, las posibilidades del videomarketing en las redes sociales y la forma de rentabilizarlo para negocios

LA OPINIÓN MÁLAGA

Natalia Sánchez, secretaria general de la CEM, presentó la pasada semana un seminario bajo el título «Videomarketing: YouTube como herramienta de marketing», organizado por la CEM, la CEA, la Red CSEA (Red Andaluza de Servicios Avanzados a las Empresas),

y en colaboración con la Consejería de Economía, Innovación y Ciencia, la Cámara de Comercio de Málaga y la entidad financiera Unicaja.

Como indicó la secretaria general de CEM, las características de la profunda crisis que estamos viviendo, nos obligan a reinventarnos y a ser proactivos, tratando de influir en nuestro entorno a través de la información que se percibe de nosotros. Es por ello que la CEM organiza encuentros informativos como éste, mediante los que se persiguen los siguientes objetivos:



Natalia Sánchez y David Serrano, ponente del seminario. L. O.

obtener una visión amplia de las posibilidades del videomarketing en las redes sociales, conocer cómo rentabilizar YouTube para los negocios, aprender de forma práctica la creación, edición y difusión de videos en YouTube, saber cómo di-

señar una estrategia eficaz de marketing en YouTube, descubrir las técnicas y trucos para alcanzar la mayor difusión posible y ampliar la red de contactos, y analizar casos reales de éxito y fracaso en pymes y micropymes.