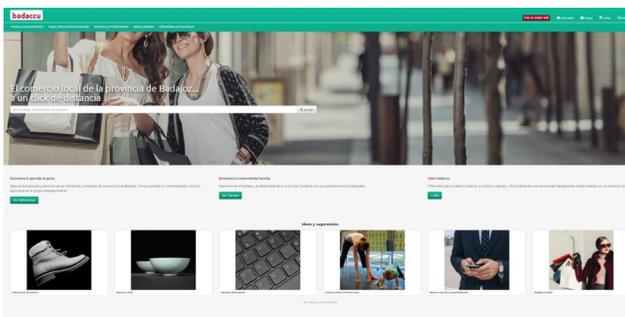




## Badaccu, el mercado virtual de la provincia de Badajoz, abre sus puertas al público



Desde el día 22 de noviembre existe un nuevo mercado en la provincia de Badajoz. Un mercado donde el comprador puede acceder 365 días al año, 7 días a la semana y a cualquier hora del día, sin coste alguno y a un solo "click" de distancia. Un mercado sin intermediación donde se unen todos los comercios de la provincia para defender el comercio de toda la vida y potenciar un consumo local, más responsable y sostenible.

Badaccu (Badajoz, Centro Comercial Urbano), es el nombre del nuevo mercado virtual de la provincia de Badajoz. Una iniciativa puesta en marcha por la Cámara de Comercio, Industria y Servicios de la provincia de Badajoz incluida dentro del Plan Integral de Apoyo al Comercio Minorista. Proyecto cofinanciado por FEDER - 80%- y Secretaría de Estado de Comercio - 20% - para modernizar el ecosistema empresarial de la Provincia de Badajoz, dotándolo de herramientas alineadas con las nuevas tecnológicas que les permitan mejorar su competitividad y adaptar sus procesos de negocio a las nuevas demandas en Internet.

La iniciativa ha sido secundada antes de su apertura por más de 60 comercios y cuenta ya con 500 referencias creadas de diferentes sectores de actividad, como moda, salud y belleza, o servicios profesionales y está abierta a cualquier empresa con domicilio en la provincia.

Los comercios adheridos a badaccu.com disponen de su propia tienda online sin necesidad de contratar un programador por la sencillez de uso de la plataforma y porque cuentan con soporte técnico para las dudas que puedan tener. Cuentan, asimismo, con diversas soluciones de logística a nivel internacional o la posibilidad de configurar sus propios repartos, así como de los avances tecnológicos más actuales: diseño adaptado a dispositivos móviles, posicionamiento en buscadores, gestión de pedidos o sistema de pago múltiples (incluido TPV virtual seguro en condiciones excepcionales, gracias a Banco Caixa Geral).

El Director Gerente de la Cámara de Comercio, Industria y Servicio Antonio Masa Gragera, ha destacado la necesidad de que todos los negocio adapten sus procesos a Internet para dar respuesta a los nuevos hábitos de consumo y fomentar el comercio local de la provincia. "No se trata de una opción sino de una necesidad que hay que afrontar de forma urgente y decidida". Por nuestra parte, estamos poniendo todas las herramientas a disposición de los comerciantes y hoy mismo iniciamos una campaña de promoción y dinamización a través de diferentes canales de comunicación para revitalizar el comercio local.

La plataforma, accesible al público desde el día 22 de noviembre través de [www.badaccu.com](http://www.badaccu.com), permite que cualquier ciudadano de cualquier parte del mundo descubra la impresionante oferta comercial de la provincia de Badajoz, y pueda comprar sin pagar ningún tipo de comisión por venta. "A diferencia de otras plataformas que cobran hasta un 30% de las ventas, en Badaccu obtenemos la ganancia íntegra de nuestro esfuerzo, permitiéndonos ofrecer precios más competitivos y obtener una recompensa razonable por nuestro trabajo", destaca uno de los comercios que participa en la plataforma.

Esta característica diferencial en Internet, mediante la cual el vendedor cobra el importe íntegro de sus pedidos (semejante a la que se da offline en cualquier establecimiento), posibilita al comercio y negocios adheridos mantener intactos sus márgenes a la vez que se abre a nuevos consumidores.

## Los diez errores más comunes en la digitalización de tu pyme

### Programa TIC Cámaras ayuda a las empresas a implantar nuevas tecnologías

En este nuevo escenario, las TIC juegan un papel fundamental en la transformación del mundo empresarial, dando lugar a nuevos entornos muy competitivos en los que existen algunos riesgos que deben tenerse en cuenta. Sabiendo esto, vamos a destacar los diez errores más comunes entre las pymes cuando intentan digitalizar su negocio:

1. **No establecer una estrategia global.** La transformación digital de un negocio no debe ser nunca una estrategia aislada, sino que debe estar alineada con la estrategia de negocio de la empresa, logrando de esta forma la optimización de los recursos disponibles.

2. **No adaptarse al cambio y no evolucionar continuamente.** Cualquier sector hoy en día evoluciona rápidamente, pero en especial el de las TIC. Por eso es importante mantenerse informado de las nuevas tendencias, ir adaptándose a ellas e ir incorporándolas progresivamente en el negocio ya que esto permitirá un aumento de la productividad y competitividad.

3. **Duplicar las tareas.** La transformación digital no sólo implica un cambio en los procesos del negocio, sino también un cambio de mentalidad. Supone una pérdida de tiempo y disminuye nuestra productividad si además de realizar los procesos de forma digital, continuamos realizándolos como se hacía anteriormente. Se trata de ser los más eficientes posible y aprovechar nuestros recursos al máximo.

4. **Intentar abarcar todo.** Una tendencia generalizada es querer implantar todas las soluciones TIC existentes desde el primer momento. Esto, además de ser poco productivo, es un error y puede resultar muy costoso para la empresa. Es importante conocer el nivel de madurez digital de la empresa y en función de ello,

decidir cuáles son las soluciones TIC más convenientes. El proceso de transformación digital es progresivo. No es lo mismo una empresa que está comenzando a transformarse al mundo digital, que una que ya cuenta con varias soluciones TIC y conocimientos avanzados.

5. **Adaptarse únicamente al mercado y no al cliente.** Los clientes cada vez poseen más información y, por tanto, su capacidad crítica es mayor. Por ello, además de observar el mercado en el que desarrollamos nuestra actividad y ver qué está haciendo la competencia, es importante analizar a nuestros potenciales clientes, a través de sus comentarios y valoraciones en los espacios destinados a tal fin. Si se explota esa información correctamente, podremos obtener interesantes resultados sobre cómo continuar con nuestra estrategia de negocio.

6. **No adoptar soluciones Cloud.** Disponer de una solución *cloud computing* en lugar de un sistema instalado en la red local de

la empresa ofrece múltiples ventajas: un importante ahorro de costes de adquisición, instalación, mantenimiento, actualización y hardware (servidor); acceso en cualquier momento y desde cualquier lugar; no requiere un despliegue de infraestructuras físicas; actualización continua del sistema, ya que se realiza de forma automática para el usuario; rápida implantación y retorno de la inversión; medidas de seguridad para proteger la información; pagar sólo por aquello que realmente se usa, y, por último, despreocuparnos del software y hardware para centrarnos en el negocio.

7. **Usar las redes sociales únicamente como herramienta publicitaria.** De forma general se asocia el uso de las redes sociales a un medio publicitario, pero lo cierto es que tiene muchas más aplicaciones. Además de las distintas opciones disponibles en función de la red social que utilicemos, que nos permitirá compartir un tipo de contenido u otro, la idea general es aportar valor añadido a los clientes. Es decir, las redes sociales no deben ser únicamente un medio para publicitar nuestros productos o negocio, sino además un medio de atención al cliente y para aportar contenidos de interés, por ejemplo, relacionados con nuestro sector.

8. **Ausencia de una estrategia de contenidos.** Continuando con el punto anterior, hoy en día, las redes sociales son uno de los ejes clave en la estrategia online de los negocios. Un error muy común es crear perfiles en todas las redes sociales y poco a poco dejar de usarlos, lo que provoca una mala imagen de cara al cliente. Por tanto, es mejor decidir qué redes sociales son las que nos conviene usar en función de nuestro negocio (no necesariamente deben ser todas) y asegurarnos de que se actualizan contenidos de forma periódica para generar interés entre los clientes. Lo mismo ocurre con la página web, es necesaria su actualización constante.

9. **Dejar la formación TIC de lado.** Implantar soluciones TIC que mejoren la competitividad y productividad de nuestro negocio es una buena decisión, pero casi tan importante es conocer bien cómo funcionan para poder sacar el máximo partido de ellas. La formación en el ámbito TIC es una necesidad básica, que además permite estar siempre informado de las novedades existentes. Existen múltiples formatos y temáticas disponibles para ello.

10. **No contar con la ayuda y asesoramiento de un experto.** Por último y continuando con alguno de los puntos anteriores, una de las situaciones más comunes es que la empresa se encuentre perdida, no sepa qué soluciones son las más adecuadas para su negocio y termine tomando decisiones equivocadas. Por ello, es importante contar con la ayuda de un experto que analice las distintas áreas del negocio para conocer el nivel de madurez digital, y así poder aconsejar acerca de las soluciones más adecuadas. Además, esto permitirá a la empresa contar con un asesoramiento sobre el funcionamiento y puesta en marcha de estas soluciones.

## La Cámara de Badajoz pone en contacto a empresarios extremeños y rioplatenses

La Cámara de Comercio de Badajoz, en colaboración con la Cámara de Comercio de Cáceres y Extremadura Avante, ha desarrollado, entre los días 26 de noviembre y el 2 de diciembre, una misión comercial directa a Argentina- Uruguay.

En esta ocasión, a la misión comercial, han asistido seis empresas procedentes de diversos sectores, principalmente de la industria agroalimentaria, empresas relacionadas con la ingeniería y construcción y algunas procedentes del sector metal-mecánico.

Esta actividad, que se enmarca en el llamado Plan Internacional de Promoción en el marco del Programa Operativo de Crecimiento Inteligente, para el periodo 2014-2020 -cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)-, pretende servir de apoyo a la internacionalización de las empresas para impulsar las iniciativas exportadoras, diversificando los mercados de destino e incrementando la competitividad de la economía española y su papel como destino de inversión.

La Cámara de Badajoz dispone de un Departamento de Internacionalización y Mercados Exteriores, que pone a disposición de las empresas diferentes servicios de información, asesoramiento, promoción exterior y formación especializados en materia de expansión internacional.

### OFICINA DE PROYECTOS EUROPEOS

## Desarrollado en Higuera la Real (Badajoz) el último de los Eventos Multiplicadores de Silver Tourism



El pasado 26 de octubre, se desarrolló en Higuera la Real (Badajoz) el último de los Eventos Multiplicadores de *Silver Tourism* organizado por Cámara Badajoz, en el que se dio a conocer el proyecto, explicando la metodología, a la vez que se mostró cómo ponerla en práctica a través de un taller *Design Thinking*.

Durante la actividad, los alumnos de la Escuela Profesional de Turismo de Higuera, tuvieron la oportunidad de conocer el resultado final de este proyecto, y de realizar un MOOC (MASSIVE ONLINE OPEN COURSE) que los capacitará como expertos en diseño de productos y servicios para el turismo *senior*. Además pudieron comprobar cómo se aplica la metodología *Design Thinking* en el proyecto, una metodología que se basa en la capacidad de detectar los problemas de un determinado grupo y tener la respuesta o solución más innovadora para ello. La empatía es la principal característica de esta metodología, ponerse en el lugar de los demás para conocer su realidad y, a partir de ella, resolver el problema planteado.

## Desarrollada la 3ª reunión de Agentes clave para la internacionalización de la empresa y la implementación de la RIS3 de Extremadura

La Cámara de Badajoz participó los días 23 y 24 de noviembre en las terceras reuniones de Agentes clave para la implementación de la RIS3 de Extremadura- en el marco del proyecto europeo Beyond EDP- y para la internacionalización de la empresa extremeña.

El objetivo de la primera de ellas era el de crear un feedback entre las diferentes entidades participantes que constituyen el grupo de trabajo, que fue creado el pasado año con la finalidad de proporcionar mejores condiciones de implementación de la es-

trategia RIS3 priorizando las metodologías centradas en los Procesos de Descubrimiento Emprendedor (EDP).

Durante la segunda reunión-desarrollada en el marco del programa europeo INTRA.- se llevó a cabo un intercambio entre las instituciones participantes, que coincidían en disponer de amplia experiencia al respecto de las buenas prácticas identificadas durante el desarrollo del proyecto.



## Representantes de la Cámara de Badajoz reivindican el Madrid un #TrenDignoYa para Extremadura

Representantes de la Cámara de Badajoz, acompañados por un nutrido grupo de empresarios, se desplazaron el pasado día 18 de noviembre, en los autobuses que la Corporación ha habilitó para ello, hasta la capital madrileña, para participar en la movilización que se desarrolló en las inmediaciones de la Plaza de España.

La asistencia a la movilización por un #TrenDignoYa, así como la adhesión de la Corporación al Pacto Social y Político por el Ferrocarril en Extremadura, constituyen una más de las numerosas muestras del esfuerzo y de reivindicación que la Cámara de Badajoz viene desempeñando en aras de conseguir unas mejores condiciones en las infraestructuras de nuestra Región en beneficio del empresario, el comercio, la industria y los servicios.



## El ministro de Industria, Minas y Comercio de Irán anima a las empresas españolas a aprovechar el potencial del mercado iraní tras el levantamiento de las sanciones

El ministro de Industria, Minas y Comercio de Irán, Mojtaba Khosrowtaj, ha instado hoy a las empresas españolas a ser valientes y apostar por un mercado como el iraní que presenta un gran potencial tras el levantamiento de las sanciones. Así lo ha manifestado durante el encuentro España-Irán que se ha celebrado hoy en la sede de la Cámara de Comercio de España y que ha sido organizado conjuntamente por la propia Cámara de España, CEOE y el CEX España Exportación e Inversiones.

El ministro de Industria, Minas y Comercio iraní ha estado acompañado en el encuentro por el director Internacional de la Cámara de Comercio de España, Alfredo Bonet, el vicepresidente de la CEOE, José Vicente González, el Director General de Comercio Internacional e Inversiones, José Luis Káiser, y el Embajador de Irán en España, Mohammad Hassan Fadaifard.

Durante el encuentro, los representantes iraníes han hecho especial hincapié en la voluntad de su gobierno de diversificar su economía y cambiar de modelo productivo. Así, junto al levantamiento de sanciones, el gobierno ha aprobado un paquete de medidas y reformas estructurales, complementarias al proceso de levantamiento de las sanciones, que asegurarán el despegue económico.

El ministro iraní ha manifestado también durante su intervención que un tercio de las importaciones se concentran en los países de la Unión Europea, ocupando España el sexto lugar como proveedor, detrás de Alemania, Italia, Francia, Países Bajos o Bélgica, por lo que existe aún un gran margen de estrechamiento de las relaciones.

Según ha afirmado Alfredo Bonet durante su intervención, Irán necesita también la creación de un entorno atractivo y propicio para la inversión extranjera y un conjunto adecuado de infraestructuras modernas para el transporte ferroviario, marítimo y aéreo, además de un sector manufacturero eficiente que agregue valor a la extracción de petróleo y gas.

### Relaciones comerciales España-Irán

Balanza comercial históricamente desfavorable a España debido al gran peso que en las importaciones españolas tenía el capítulo de petróleo y sus derivados. En el año 2011, antes de las sanciones, las ventas españolas ascendieron a 655 M€ y nuestras compras a 4.025 M€.

Exportaciones españolas: en 2016 crecieron un 56% hasta los 364 millones de €. Destacan los capítulos de aparatos mecánicos (35% del total exportado), aparatos eléctricos (5%), abonos (5%), productos farmacéuticos (5%) y manufacturas de fundición, de hierro y acero (4%).

Importaciones españolas: en 2016 crecieron un 413% hasta alcanzar los 902 millones de €. El capítulo petróleo y derivados supone el 79% del total, seguido de fundición hierro y acero (8%), fruta (6%), café, té, especias... (5%).

## El BBVA destaca la evolución "positiva" del empleo en noviembre, aunque afirma que es menor de la esperada

BBVA Research ha destacado la evolución "positiva" del mercado laboral en noviembre, aunque ha afirmado que ha sido menor de lo esperado, según ha informado el área de estudios de la entidad bancaria.

En concreto, ha afirmado que la afiliación a la Seguridad Social se ha comportado "algo peor de lo previsto" en el undécimo mes del año, ya que ha descendido en 12.800 personas por motivos estacionales.

No obstante, si se corrigen las variaciones estacionales, las estimaciones de BBVA Research ponen de relieve que el número de afiliados ha crecido en 55.000 personas, 15.000 menos que en octubre.

Asimismo, BBVA Research ha destacado que la sorporea a la baja en los registros de afiliación se concentró en el sector servicios, ya que se destruyeron 47.300 puestos de trabajo, mientras que sus estimaciones cifraban esta pérdida en 21.100 personas.

Sin embargo, pese "a la sorpresa negativa" del sector servicios, BBVA Research cree que los servicios siguen liderando la creación de empleo tras descontar la estacionalidad negativa del periodo.

En noviembre, la contratación aumentó en 5.000 registros (descontada la estacionalidad) desde octubre a pesar de que el número de contratos indefinidos incrementó en 3.000 registros. Por este motivo, el ratio de temporalidad aumentó dos décimas, hasta el 90,8%.

El desempleo, por su parte, se comportó "algo mejor de lo esperado del pasado mes", según BBVA Research. De hecho, el incremento relativo del desempleo fue "menor" que el registrado hace un año y que el promedio de los meses de noviembre de la última década.

Fuente: EUROPA PRESS

## La actividad inmobiliaria y constructora en España aún se encuentra un 30% por debajo de los máximos de 2007

El sector inmobiliario y de la construcción en España registró en el tercer trimestre de 2017 unos niveles de actividad un 30% por debajo de los máximos registrados en 2007, según el nuevo Índice Registral de Actividad Inmobiliaria (IRAI), un indicador elaborado por el Colegio de Registradores para medir globalmente la actividad del sector.

En el último trimestre, los datos muestran un IRAI de 98,26 frente al 139,90 registrado el año previo al estallido de la última gran crisis económica. Sin embargo, desde los mínimos históricos de 68 a los que cayó en 2013, el sector ya ha recuperado un 45% hasta ahora.

### LA COMPRAVENTA DE VIVIENDA NUEVA CRECE UN 32%

Solo en lo que va de año, la actividad inmobiliaria y de la construcción ha avanzado un 10%, partiendo de índice IRAI de 89 que se registró en diciembre del pasado año.

Los grupos con una mayor repercusión positiva en este 10% de incremento durante los nueve primeros meses del año han sido la compraventa, especialmente de viviendas nuevas y usadas y el número de hipotecas registrado.

En concreto, la compraventa de viviendas nuevas ha crecido en estos nueve meses un 32%, mientras que la usada lo ha hecho en un 27%. En cuanto al número de hipotecas, el avance ha sido del 16%.

Por su parte, desde el punto de vista mercantil, el mayor impulso de la actividad se debe al descenso en el número de concurso de acreedores, tanto de empresas de construcción, que ha bajado un 83%, como en sociedades inmobiliarias, que ha descendido un 57%.

Fuente: EUROPA PRESS

## Las compras 'online' se disparan un 15% en Navidad

Las compras 'online' se dispararán esta Navidad alrededor de un 15%, según las estimaciones realizadas por el 'outlet online' español, Privalia.

En concreto, en 2016, las ventas crecieron en los dos meses previos a la Navidad (noviembre y diciembre) y se produjo un aumento del 24% más de pedidos 'online', y un aumento de un 17% en compradores 'online' únicos, según los datos internos de la plataforma.

Sin embargo, el incremento más destacado fue en los hombres (18%), con cinco puntos porcentuales por encima de las mujeres. Además, la facturación presentó un incremento de un 19%. En cuanto a la media de gasto de los españoles en compras digitales, confirman que destinarán alrededor de unos 100 euros por persona.

Respecto al presupuesto destinado para los regalos, según el Informe Navidad de Privalia, uno de cada tres declara que invierte prácticamente la totalidad del presupuesto (entre el 80% y 100%) en los presentes para los niños, a lo que le dedican a su compra tres horas o más.

Por otra parte, tres de cada cinco españoles reconoce que en quien menos presupuesto invierte (entre el 0% y 10%), es a la familia política y los amigos, dedicándoles menos de una hora o nada.

El estudio muestra que los españoles planifican con antelación sus compras con el fin de espaciar los pagos y beneficiarse de ofertas y promociones. Así, el 'Black Friday' se posiciona como una fecha clave para las empresas dentro de su campaña navideña, ya que la mitad de los españoles (46%) compraron en esta cita para aprovechar sus descuentos.

Respecto a los regalos, los productos más demandados son el material deportivo (19%), moda (16%), calzado (11%) y productos de belleza y bienestar (7%). Por tipo de producto destacan los abrigos de plumas, el calzado, los vestidos, en el caso de ellas y las camisas, en el de ellos.

Fuente: EUROPA PRESS

## La economía española mantiene su fortaleza en el tercer trimestre y podría terminar el año con la tasa de paro más baja desde 2008

La Contabilidad Nacional Trimestral publicada por el Instituto Nacional de Estadística, correspondiente al tercer trimestre de 2017, muestra el mantenimiento del crecimiento del PIB de España en el 3,1% interanual, tasa similar a la del trimestre previo. Esta evolución consolida la senda de dinamismo que viene registrando la economía española desde hace ya varios años.

Con respecto al trimestre anterior, el avance del PIB fue del 0,8%, tasa una décima inferior que la registrada de abril a junio (0,9%). Se mantiene el diferencial de crecimiento con respecto a la zona euro, cuya tasa mensual de crecimiento también se redujo una décima respecto al trimestre previo, situándose en el 0,6%. La demanda interna es la protagonista destacada del avance del PIB en el periodo, mientras que la contribución del sector exterior se ha reducido, consecuencia principal del mayor vigor importador.

Esta evolución favorable ha propiciado que el mercado de trabajo mantenga la solidez de trimestres previos. El empleo creció en el tercer trimestre un 2,9% interanual, tasa similar a la del segundo trimestre, lo que supuso más de 500.000 empleos creados durante el último año (en términos de empleo equivalente a tiempo completo). Esto es, la mayor parte del pulso de la actividad se consigue trasladar al mercado de trabajo, por la vía de la creación de empleo.

### Perspectivas

Según las previsiones de la Cámara de Comercio de España, el contexto inmediato se caracterizará por cierta desaceleración del comercio mundial, a lo que se añade la inestabilidad territorial interna durante esta última parte del año, lo cual podría tener incidencia en el crecimiento del último trimestre, aminorándolo ligeramente. De este modo, el avance previsto del PIB para el conjunto de 2017 podría situarse en el entorno del 3,0%.

Este escenario de suave ralentización podría restar alguna décima a la trayectoria de la creación de empleo, aunque con la campaña de Navidad en ciernes, el impacto sería muy moderado. La Cámara de España espera un crecimiento del empleo para el conjunto de 2017 próximo al 2,8%, lo que se traduciría en cerca de 490.000 nuevos empleos equivalentes a tiempo completo durante el ejercicio. En este escenario, la tasa de paro de la economía española podría cerrar el año por debajo del 16% por primera vez desde el año 2008.

Si bien el comportamiento de la economía española durante esta última parte del año continúa siendo positivo, de prolongarse en el tiempo la incertidumbre interna, el impacto sobre el crecimiento del próximo año podría ser significativo. Esta situación, junto con los síntomas de cierto agotamiento en el contexto internacional, determinan la previsión de crecimiento del PIB nacional para 2018 en el entorno del 2,4%, según la Cámara de España.

Por ello, la continuación por la senda de crecimiento económico y creación de empleo exige retomar la normalidad de la situación en Cataluña, la disposición de unos nuevos presupuestos generales del Estado y alcanzar los consensos necesarios en relación con determinadas reformas estructurales en ámbitos como la financiación autonómica, el sistema de pensiones o el funcionamiento de las Administraciones Públicas, capaces de contribuir a aumentar la productividad y competitividad de nuestra economía.

### Motores del crecimiento

En este tercer trimestre se ha registrado un incremento de la aportación al crecimiento de la demanda nacional, en detrimento de la aportación que venía realizando la demanda externa, que, si bien se mantiene positiva, se ha reducido sensiblemente (aportación de la demanda externa de 0,4 puntos en el tercer trimestre frente a 0,8 en el trimestre previo).

Este comportamiento de la demanda externa se produce a pesar del favorable comportamiento de las exportaciones (4,9% de crecimiento interanual en el tercer trimestre frente a 4,4 en el segundo), ya que las importaciones han experimentado un sensible incremento del 4,0%, cuando en el segundo trimestre crecieron a una tasa del 2,3% interanual.



ASESORAMIENTO A EMPRENDEDORES  
APOYO A LA INTERNALIZACIÓN  
FORMACIÓN Y EMPLEO  
MEDIACIÓN Y ARBITRAJE  
INNOVACIÓN

# Cámara

Badajoz

¿HABLAMOS?  
Tel. 924 23 46 00  
[www.camarabadajoz.es](http://www.camarabadajoz.es)



CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA Y SERVICIOS DE BADAJOZ  
Avda. Europa, 4. Badajoz. [info@camarabadajoz.es](mailto:info@camarabadajoz.es)