

CEM y Diputación impulsan una red que conecta a pymes con empresas tractoras

La iniciativa persigue que las grandes compañías establezcan relaciones de negocio con firmas de la provincia y que éstas a su vez aprendan de ellas

■ N. T.

MÁLAGA. Hay empresas que por su alto volumen de actividad y sus necesidades de adquirir productos y servicios representan a su vez una fuente de negocio para otras compañías. El ejemplo más claro son los fabricantes de aviones, que generan a su alrededor grandes polos industriales. También cumplen este perfil cadenas de distribución como Mercadona, que establecen sólidos lazos con sus proveedores. La Confederación de Empresarios de Málaga (CEM) y la Diputación quieren identificar cuáles son las 'empresas tractoras' de la provincia y ponerlas en contacto con pymes locales con las que puedan desarrollar relaciones comerciales. Este es el propósito de la Red de Impulso de Empresas Tractoras, que fue presentada ayer en la sede de la CEM ante representantes de unas 35 empresas.

«La provincia cuenta con un tejido productivo muy atomizado inte-

grado por un importante número de empresas de dimensión reducida, ya que el porcentaje de pymes, micro-pymes y autónomos superan el 90%. El redimensionamiento de nuestro tejido empresarial es una de nuestras principales prioridades; por eso diseñamos este proyecto en colaboración con la Diputación que consiste en poner en relación las empresas tractoras del sector productivo malagueño con aquellas que, con menos capacidades y recursos, tienen que incrementar su nivel competitivo para alcanzar niveles óptimos en el mercado actual», explica la vicepresidenta ejecutiva de la CEM, Natalia Sánchez.

La red inicia ahora la fase de captación de participantes (la inscripción se puede realizar a través de la web '<http://clubemprendedoresmalaga.es/red-de-impulso-de-empresas-tractoras>'). «Nos planteamos empezar con 11 empresas tractoras y de 25 a 40 empresas pequeñas. Si sale bien, repetiremos en 2017», avanza José Ángel Morales, socio de la consultora Musashi, que se está encargando de la dinamización del proyecto. «Lo interesante no es sólo que se generen oportunidades de negocio, sin que las pymes puedan aprender de la experiencia de las grandes compañías», añade.