



María González y César Romero, tras suscribir el convenio

## Acuerdo entre Fundación CAI y Grupo San Valero para ayudar a los jóvenes a emprender

### Ambas instituciones sostienen un vivero para apoyar y desarrollar nuevos proyectos empresariales

Redacción  
Teruel

Fundación Caja Inmaculada y Grupo San Valero han suscrito un convenio de colaboración para impulsar iniciativas formativas y sociales para jóvenes emprendedores, en busca de empleo y de apoyo a personas con menos recursos económicos. El acuerdo lo han firmado María González, directora general de Fundación CAI, entidad que aportará 12.000 euros para estas actuaciones, y César Romero, director general del Grupo San Valero.

Entre los proyectos del Grupo San Valero que se beneficiarán de la nueva ayuda destaca el 'Vivero de emprendedores', programa creado hace seis años que se dirige a alumnos y egresados para fomentar su espíritu emprendedor y promover proyectos empresariales innovadores o de mejora de procesos productivos. Las pro-

puestas seleccionadas obtienen una beca de un año, lo que les permite utilizar gratuitamente espacios completamente equipados del Centro de Formación 'Juan Pablo II' de Fundación Caja Inmaculada (Avenida Alcalde Sainz de Varanda, 1. Zaragoza), para poder hacer realidad sus ideas. El plazo de solicitudes estará abierto hasta el próximo 11 de septiembre (empresas@gruposanvalero.es).

También hará posible el sostenimiento de becas tanto para alumnos de máster de la Universidad San Jorge con déficit de recursos económicos como para que los hijos de familias del Centro San Valero que se encuentran en la misma situación puedan adquirir material escolar.

En el ámbito de empleabilidad dará un nuevo impulso al portal Emplea2.net y al Observatorio de Empleo de la Universidad San Jorge, plataformas de

apoyo mediante las que se facilita el contacto entre empresas y antiguos alumnos.

Por último, parte de la aportación se destinará al proyecto de cooperación al desarrollo del Grupo San Valero en República Dominicana, que a lo largo de más de 20 años ha conseguido escolarizar a 50.000 niños en riesgo de exclusión. Ubicada en el barrio de Los Guaricanos de Santo Domingo, la Fundación Dominicana San Valero (Fundosva) mantiene dos Centros Politécnicos y un Centro Tecnológico.

El Grupo San Valero inició su actividad educativa en 1953. Está integrado por el Centro San Valero -en su doble actividad de Educación Secundaria y de Formación Continua y Ocupacional-, la Fundación Dominicana San Valero, CPA Salduie, SEAS Estudios Superiores Abiertos y Universidad San Jorge.

## Subvención por contratar a jóvenes del Programa PICE

### La Cámara de Comercio incrementa de 1.500 a 4.950 euros las ayudas

Redacción  
Teruel

La Cámara de Comercio de España incrementa de 1.500 a 4.950 euros las ayudas a las empresas que contraten a beneficiarios del Sistema Nacional de Garantía Juvenil.

Los jóvenes, de entre 16 y 29 años, deberán haber completado al menos la orientación vocacional del Plan de Capacitación del Programa Integral de Cualificación y Empleo (PICE), que se ejecuta a través de la red de Cámaras de Comercio y que está cofinanciado por el Fondo Social Europeo.

Los contratos deberán tener una duración mínima de seis meses y ser a tiempo completo en cualquiera de sus modalidades: indefinido, temporal, en prácticas o para la formación y el aprendizaje. Las empresas podrán solicitar la subvención hasta el 29 de diciembre de este año.

Con el objetivo, además, de fomentar el autoempleo, se mantienen las ayudas a emprendedores para jóvenes beneficiarios del Sistema Nacional de Garantía Juvenil que pongan en marcha una nueva actividad empresarial o profesional. El importe de esta ayuda es de 1.800 euros.

Como en el caso anterior, los jóvenes deberán haber completado la fase de orientación vocacional del Plan de Capacitación del PICE y el alta en el Impuesto de Actividades Económicas y en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos deberá mantenerse durante doce meses como mínimo.

#### Programa Integral

El Programa Integral de Cualificación y Empleo (PICE) de la Cámara de Comercio de España

es uno de los instrumentos que articulan en España el Programa Operativo de Empleo Juvenil 2014-2020 del Fondo Social Europeo para apoyar la reducción de la tasa de desempleo entre los jóvenes de 16 a 29 años, mejorando su cualificación y empleabilidad y promoviendo el autoempleo.

Desde su lanzamiento, 1.627 jóvenes han encontrado empleo a través del PICE, la inmensa mayoría como empleados por cuenta ajena. Además, 4.273 empresas se han inscrito en el Programa.

El PICE consta de dos planes. El Plan de Capacitación permite a los jóvenes recibir orientación vocacional, formación troncal y formación específica y, además, realizan acompañados el primer acercamiento a empresas.

El Plan de Movilidad, por su parte, se dirige a jóvenes de 18 a 29 años, beneficiarios del Sistema Nacional de Garantía Juvenil, que quieran realizar prácticas en empresas de la Unión Europea. Cada programa está diseñado para dar respuesta a diferentes perfiles laborales, niveles de capacitación y competencias.

#### Mediadores

Las Cámaras de Comercio de España actúan como mediadores entre las empresas y los jóvenes para aumentar sus oportunidades laborales y ponen a su disposición a un orientador laboral que se responsabiliza de guiar al joven durante su itinerario formativo y acercarle a las empresas que demanden su perfil laboral.

Los jóvenes pueden participar en el Programa inscribiéndose en su Cámara de Comercio más cercana. Más información en [www.programapice.es](http://www.programapice.es)

### • ESTOS DÍAS SE HABLA DE... •

## Experiencia digital y conexión emocional

Redacción  
puomarketing.com

La Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente -DEC- y The Boston Consulting Group han elaborado el tercer informe para conocer la madurez de la Experiencia de Cliente en las empresas y cómo ha sido su evolución los últimos dos años ofreciendo una perspectiva integral del estado de la Experiencia de Cliente en España.

En una muestra de 20.000 consumidores, a quienes se pre-

guntó sobre su percepción entre más de 200 marcas de 18 sectores diferentes, y por otro lado, 50 compañías que informaron sobre el desarrollo de sus modelos de gestión de la Experiencia de Cliente, se observa que existe una gran correlación (más del 74%) entre la vinculación con los clientes y el desarrollo interno de esta nueva disciplina.

El impacto de la Experiencia de Cliente en los ingresos de las empresas se observa en todos los sectores. En seguros auto, de los clientes con mejor experiencia,

solo el 3 por ciento está buscando activamente cambiarse de compañía frente al 46 por ciento de aquellos con peor experiencia; los sectores de banca y telecomunicaciones muestran una proporción similar. En el sector de la distribución alimentaria, el gasto medio anual por hogar asciende a 1.008 euros en las cadenas que cada consumidor considera que le proporciona una mejor experiencia y en las peor valoradas asciende a solo 528 euros.

En tan solo dos años, el IDC (Índice de Desarrollo de Expe-

riencia de Cliente) en España ha pasado del 60 al 65 por ciento. En este sentido, una de las conclusiones que arroja este informe es que las empresas están concediendo mayor importancia a la Experiencia de Cliente por lo que están destinando mayores recursos (las empresas más avanzadas asignan prácticamente el doble del presupuesto), y se está convirtiendo en un objetivo prioritario en los distintos niveles de la organización.

"Las compañías invierten más en mejorar la experiencia de

cliente porque son conscientes del retorno económico que conlleva" afirma Santiago Mazón, socio de The Boston Consulting Group, "La inversión se traduce en crecimiento", concluyó.

Sin embargo, a pesar de la mejora general observada en Experiencia de Cliente son necesarias mejoras que requieren la implicación por parte de la alta dirección para liderar la transformación y crear una cultura de cliente en todas las áreas, empleados y colaboradores. Asimismo, deberán definir las directrices o protocolos de actuación para transmitir de forma coherente su promesa de marca en los contactos con sus clientes.(...)