

Departamento de Comunicación



CONFEDERACIÓN
DE EMPRESARIOS
DE MÁLAGA

DOSSIER DE PRENSA DIARIO

FECHA:

7/3/2013

LA TRIBUNA

Las nuevas medidas

JAVIER GONZÁLEZ DE LARA
PRESIDENTE DE CEM

La forzosa austeridad no ha suscitado precisamente, entusiasmo. Y menos aún, cuando corren tiempos en los que el término se ha ensalzado políticamente, hasta límites insospechados



Los últimos meses siguen siendo muy difíciles para nuestra economía y para nuestra política nacional. Junto a las dificultades socioeconómicas por todos conocidas, los casos de corrupción y descrédito político de los que estamos siendo testigos y la posible evolución de la deriva nacionalista, afectan directamente a la credibilidad de nuestro país. En ambos sentidos, la incertidumbre y el desánimo están incluso cuestionando las reglas democráticas de convivencia.

Aunque se está actuando adecuadamente con medidas de consolidación fiscal, el problema real es que los necesarios ajustes adoptados por el Gobierno para contener el déficit, han contraído más la actividad económica, provocando una merma general del consumo y la caída incluso de la recaudación. Además, la deuda pública se acerca peligrosamente al 80 por ciento sobre el PIB, con una elevada carga de intereses, hipotecando nuestro presente y hasta nuestro futuro.

La forzosa austeridad no ha suscitado precisamente, entusiasmo. Y menos aún, cuando corren tiempos en los que el término se ha ensalzado políticamente, hasta límites insospechados. Por ello, se debe compaginar responsabilidad y reducción de gastos innecesarios con activar e impulsar la economía de manera precisa e inteligente. Adoptando medidas urgentes de estímulo a la actividad empresarial. Generando un adecuado equilibrio. Las restricciones absolutas llevadas al extremo, sólo generan más pobreza. Y lo estamos viendo y sufriendo.

Afortunadamente, el pasado 22 de febrero, el Gobierno aprobó un Decreto-Ley que contiene un nuevo 'Plan de estímulo económico y de apoyo al emprendedor'. Aunque lo urgente, generalmente, atenta contra lo necesario, el contenido del Decreto va en la dirección correcta y reiteradamente demandada por los empresarios y gran parte de la sociedad.

Al margen de su debido desarrollo, se aprueba por fin, un régimen especial en el IVA que permitirá no ingresar el impuesto hasta que se cobre la factura, sustituyendo el tradicional criterio del devengo (facturación) por el de cobro y pago a todas las operaciones de las empresas. Se aplicará a Pymes y autónomos con un volumen de facturación inferior a 2 millones de euros, entrando en vigor bastante tarde, a partir del 1 de enero de 2014. Desgraciadamente, tras la espera, largo firmos la promesa.

Se impulsan también medidas de fomento a la reinversión en la propia actividad económica de los beneficios, con una deducción del 10% en el Impuesto de Sociedades, y un paquete de incentivos en I+D+i. Por fin, se programa una interesante tributación reducida de sociedades de nue-

va creación y autónomos, durante los dos primeros ejercicios de actividad. Se buscan nuevas formas para canalizar recursos a la actividad emprendedora, fomentándose que los desempleados se establezcan como autónomos, etcétera.

Importante es que también se contemplen diversos estímulos a la contratación de jóvenes hasta que nuestra tasa de paro se sitúe por debajo del 15 por ciento: Contrato bonificado a tiempo parcial con vinculación formativa para menores de 30 años, contrato temporal 'primer empleo joven', temporal de seis meses, incentivos al contrato en prácticas, etc. Sin olvidar un impulso a la mejora de la intermediación laboral, con una más eficiente colaboración en el ámbito de los Servicios Públicos de Empleo y empresas de trabajo temporal.

Habrà que estar atentos al comportamiento, desarrollo y efectos de estas recientes disposiciones. Son, por tanto, entre otras, medidas adecuadas y muy necesarias para recuperar el pulso de nuestras empresas. Estas, se encuentran al límite de su

resistencia; necesitadas de señales de esperanza en el horizonte.

Pero sin duda, nuestras empresas reclaman acceso al crédito para poder financiar el desfase temporal entre el pago a sus empleados y proveedores y el cobro de la facturación de sus clientes públicos y privados. Sin olvidar el alto grado impositivo que las distintas Administraciones ejercen sobre la actividad empresarial. Esta situación provoca una mayoritaria opinión: que el nivel actual de los impuestos, no permite generar ni

riqueza ni empleo con facilidad.

Por ello, debemos volver a crear unas condiciones favorables para la inversión en nuestro país, incorporando incentivos que permitan variar por sí mismos el modelo hacia una economía más competitiva, en la que se favorezca el espíritu emprendedor, la innovación, la calidad y una adecuada formación de nuestros equipos humanos. La reactivación se conseguirá recuperando la credibilidad, la confianza y la capacidad de inversión por los empresarios, impulsando fórmulas de cooperación público-privadas que generen un nuevo espacio de crecimiento y desarrollo.

Nos queda por tanto, mucho camino por recorrer y por decidir. De abordar de forma eficaz los problemas de los ciudadanos, de hablar de microeconomía, eliminando al menos de momento, la sensación de que la crisis nos supera a todos por su extensión y por su dimensión. Priorizando como es el caso, actuaciones en materia de fomento de la actividad empresarial y por consiguiente, promoviendo la creación de empleo. Acabando con el legítimo disgusto y la lógica resignación de muchos. En definitiva, apoyando con firmeza y decisión a nuestras empresas.





Braulio Medel y Magdalena Álvarez, presidente de Unicaja y vicepresidenta del Banco Europeo de Inversiones, respectivamente, firmaron el convenio hace dos meses. :: ANTONIO SALAS

Unicaja pone ya a disposición de las pymes una línea de préstamos por valor de 400 millones

Esta nueva fuente de financiación está impulsada conjuntamente con el Banco Europeo de Inversiones y se gastará previsiblemente este año

:: NÚRIA TRIGUERO

MÁLAGA. Casi dos meses llevaban esperando numerosos empresarios en Málaga a que la foto que se hicieron Braulio Medel y Magdalena Álvarez se tradujera en dinero fresco para sus negocios. Y es que el acuerdo que firmaron ambos el pasado 10 de enero, representando a Unicaja y al Banco Europeo de Inversiones (BEI) respectivamente, creó mucha expectativa en un tejido económico asfixiado por la crisis y la falta de financiación. No era para menos, porque lo que estaba en juego eran 400 millones de euros destinados específicamente a la concesión de préstamos a pequeñas y medianas empresas en condiciones más favorables que las de mercado. Desde esta semana, estos créditos ya pueden pedirse en las oficinas de Unicaja, según anunció ayer la entidad malagueña.

Fuentes de la institución de crédito explicaron que acaban de iniciar «la comercialización de las líneas de financiación en condiciones favorables para proyectos de inversión y necesidades de capital cir-

culante de pequeñas y medianas empresas (pymes) y empresas de mediana capitalización (de hasta 3.000 empleados) de diversos sectores productivos, por un volumen total de 400 millones de euros, derivadas del último convenio entre Unicaja Banco y el Banco Europeo de Inversiones». Ambas instituciones se comprometen a destinar íntegramente esos 400 millones de euros (aportados al 50% por cada una) a la financiación de empresas entre este año y el que viene, aunque lo previsible es que todo el dinero se preste en 2013.

Desde Unicaja reconocieron la expectativa existente ante la puesta en marcha de esta línea de financiación, tras la multitud de llamadas recibidas en sus oficinas. El motivo por el que la llegada al mercado de estos créditos se ha retrasado dos meses es, según la entidad, que se estaba preparando la estructura específica necesaria, tanto informática como jurídica y organizativa (para los contratos correspondientes e información y requisitos internos necesarios para las oficinas).

Condiciones ventajosas

La ventaja principal de la financiación procedente del BEI radica, según explicaban ayer fuentes de Unicaja «en sus condiciones favorables respecto a otras fuentes alternativas de financiación, que se adaptan

a las necesidades de las empresas, así como a sus características y perfil de riesgo». Magdalena Álvarez citó en su día en 1,4 puntos la rebaja en el tipo de interés aplicado respecto al precio de mercado e indicó que las empresas tendrán un plazo más largo del habitual para devolver los préstamos: de hasta ocho años.

No obstante, desde la entidad aclararon ayer que para cada caso se hará un «traje a medida», por lo que los tipos de interés y condiciones pueden variar. Pese a que la mitad del dinero proceda del BEI, Unicaja es la encargada de analizar cada petición de crédito y decidir si lo concede y bajo qué condiciones, ya

que es la que asume el riesgo de las operaciones.

Esta línea de crédito prestará especial atención al sector industrial y al de servicios. Se financiará desde capital circulante (es decir, liquidez) hasta proyectos de inversión, exportación o I+D. No existe una cantidad mínima o máxima de dinero que se pueda pedir, puesto que se analiza caso por caso. Pese a que el convenio con el Banco Europeo de Inversiones tiene una duración formal de dos años, el presidente de Unicaja dio por hecho en el momento de la firma del acuerdo que todo el dinero se prestará en 2013, por lo que se prevé que en 2014 se vuelva a firmar otro acuerdo similar.

Este convenio se suma a otro de idéntica magnitud y finalidad firmado en 2012 entre ambas instituciones, que tuvo 700 beneficiarios, así como a otros préstamos conjuntos que han otorgado Unicaja y el BEI en el pasado para proyectos singulares, como la autopista de Las Pedrizas. En total, ambas entidades han librado casi 1.000 millones de euros de forma coordinada en los últimos años.

Según destacó ayer Unicaja, este tipo de financiación favorable para pequeñas y medianas empresas «forma parte del apoyo general que presta al tejido empresarial y al desarrollo económico, lo que cobra mayor relieve en la situación de crisis económica actual».

Los créditos están destinados tanto a nuevos proyectos como a financiar circulante

En 2012, un programa de idéntica magnitud y finalidad tuvo 700 beneficiarios

FINANCIACIÓN DIRIGIDA A EMPRESAS

► **Unicaja.** Tiene líneas de microcréditos (9.000-18.000 euros) para autónomos y pymes. En Málaga tiene acuerdos especiales con Diputación y el IMFE. A esto se suma la línea puesta en marcha conjuntamente con el BEI para prestar 400 millones de euros a pymes.

► **Banco Sabadell.** Ha lanzado el Plan Crecimiento para potenciar el crédito a empresas con 2.000 millones de euros hasta junio.

► **BEVA.** Además de líneas especia-

les para empresas, ha lanzado 'Yo soy empleo', una iniciativa que dará ayudas directas de 1.500 o 3.000 euros a pymes y autónomos por cada puesto de trabajo que creen.

► **Banco Popular.** Acaba de poner a disposición de pymes 500 millones de euros en préstamos con condiciones especiales.

► **ICO.** Este año tiene previsto prestar 22.000 millones de euros a empresas y autónomos en España. Funcionará a través de entidades financieras colaboradoras.

«El pequeño comercio no va a desaparecer jamás porque es el único especializado y hace escuela»

Juan Pablo Maqueda Presidente de la Asociación de Comerciantes del Centro Histórico



NOEMI R. NAVAS

✉ nrodriguez@diariosur.es

El nuevo responsable del colectivo apuesta por la diferenciación, las redes sociales y la rehabilitación urbana para impulsar los negocios tradicionales

MÁLAGA. La Asociación de Comerciantes del Centro Histórico ya tiene nuevo responsable, el antes vicepresidente, Juan Pablo Maqueda. Fue el único candidato que optó al cargo en la asamblea celebrada ayer, y sustituye a Trinidad Fernández-Baca, que ha dirigido el colectivo los últimos tres años. El proyecto de Camas, los Arrabales y las subvenciones centran las prioridades del portavoz para recuperar el auge del comercio autóctono.

—¿Cuánto tiempo lleva vinculado a la asociación?

—Desde que se creó hace casi cuatro décadas y se llamaba Asociación Gran Centro Comercial. Mi padre fue uno de sus impulsores y desde entonces he estado ligado al colectivo, la primera asociación de comerciantes que se fundó en España.

—¿Cuáles van a ser sus principales objetivos durante estos cuatro años?

—Partiendo de que corren tiempos convulsos y que el censo de asociados no es siempre el deseado —en la actualidad 250— hay pocos recursos para hacer grandes cosas. Queremos potenciar las redes sociales para hacer del centro una gran tienda virtual acorde a los nuevos hábitos de consumo. Además, es prioritario crear incentivos para llegar al público, como 'bonoparking', cheques regalos para clientes y empresarios, llegar a acuerdos de colaboración con teatros, museos, etc. A corto o medio plazo.

—¿Se puede salvar el comercio tradicional?

—Por supuesto. El problema es que se habla más de los cierres que de las aperturas, que están siendo protagonistas en los últimos meses. Sirven de ejemplo las calles Fajardo, Compañía y San Juan, donde se han abierto locales innovadores que complementan la ruta comercial y turística. El pequeño comercio no va a desaparecer jamás porque es el único especializado, que hace escuela, a diferencia de las franquicias. Asimismo, merece la pena reseñar el poco tiempo que un local permanece cerrado. La única forma de sacar partido a ese encanto es rehabilitar calles, edificios y fachadas, y ahí es donde esta asociación va a pedir al Ayuntamiento que



Juan Pablo Maqueda fue nombrado ayer presidente. :: N.R.M.

no baje la guardia en los Arrabales.

—¿Cree que la 'ley Boyer', que pondrá fin a la renta antigua, marcará un antes y un después en el centro?

—Tristemente sí, a causa de ese decreto que entra en vigor en 2015 se van a cerrar decenas de establecimientos no solo en Málaga sino a nivel nacional. La caducidad de los contratos de alquiler antiguos ya ha motivado que los precios se hayan disparado. Algunos han optado por cambiar de local y otros han cerrado ante la imposibilidad de hacer frente a esa losa.

—¿Qué esperan del proyecto de la plaza de Camas?

—Confiamos que tenga un efecto de onda expansiva para mejorar calles aledañas donde ahora mismo hay locales vacíos. Ha sido un suplicio retirar el mercado de ahí y hay puestas grandes expectativas en la plaza. A

«A causa de la 'ley Boyer' cerrarán muchos comercios que no podrán pagar el alquiler»

día de hoy el entorno de Carretería no ofrece la imagen deseable para vecinos, comerciantes y turistas. Eso tiene que cambiar.

—¿Qué incentivos echa en falta el comercio minorista?

—Principalmente, ayudas y subvenciones que en el caso de los nuevos suponen el empujón definitivo para lanzarse a emprender. La administración debe materializar un apoyo real aplicando, por ejemplo, un porcentaje de descuento en las tasas de apertura o en los impuestos. Es una pena que el turista que visita el centro vea los mismos comercios que se ven en cualquier ciudad europea o en las grandes superficies.

—¿Será la libertad horaria otro caballo de batalla?

—Es un tema que nos preocupa y la postura del colectivo es clara. El minorista debe abrir cuando haya demanda. No se puede volver al siglo XIX cuando los comerciantes dormían en sus negocios. Hemos conseguido una conciliación de vida laboral y familiar que a su vez genera riqueza porque esos trabajadores pueden ir en su tiempo libre a los cines, restaurantes y otros comercios. El modelo actual es el único que permite crecer a la economía.



LA OPINIÓN

Nuevo presidente del Centro Histórico

► Ayer tuvo lugar en el Colegio de Graduados Sociales la asamblea general y de elecciones de la Asociación Centro Histórico de Málaga-Centro Comercial Abierto, que eligió como presidente a Juan Pablo Maqueda, por Maqueda Menaje. El resto de la junta directiva está formada por el vicepresidente primero David Berrocal Rengel, por Berrocal Abogados; la vicepresidenta segunda Sofía León Moreno por Tyché; el tesorero Rafael Martín Maqueda por Netercasa y la secretaria Rosa María Fernández Martínez, como abogada.

Málaga

Málaga lidera la exportación de moda andaluza con 177 millones de euros

► La provincia concentra un tercio del total de exportaciones con destinos crecientes como Japón

JOSÉ VICENTE RODRÍGUEZ MÁLAGA

■ Málaga es la provincia andaluza que lidera las exportaciones de moda andaluza en el mundo, con un 34% de un negocio que en el año 2012 facturó 523,2 millones de euros y en el que se engloban un total de 1.719 empresas de la comunidad. Según los datos de la Agencia Andaluza de Promoción Exterior (Extenda), la provincia de Málaga rozó los 178 millones de euros en ventas en el extranjero por este concepto textil. En los años 2011 y 2012 las ventas subieron por encima del 100% en mercados tan lejanos como Japón, donde Extenda organizó recientemente -a finales de febrero- un encuentro comercial al que acudieron 23 firmas andaluzas, entre ellas la malagueña Guadalupe Moda Flamenca.

Asimismo, el número de empresas de moda andaluzas que exportaron al mundo en 2012 se incrementó en casi 60, con un 3,4% de incremento interanual.

La delegada territorial de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo, Marta Rueda, visitó ayer precisamente las instalaciones de una de estas empresas, Guadalupe Moda Flamenca. El gerente de la firma, Federico Manzano, destacó la creciente importancia del mercado nipón, el segundo más relevante para esta empresa tras el español. La firma malagueña alabó el papel de Extenda a la hora de colocar sus productos en el mercado internacio-



La delegada de la Junta, Marta Rueda, y la fundadora de Guadalupe Moda Flamenca, Guadalupe Rosales. L. O.

cional e informó de sus inminentes planes de expansión en el mercado británico con el segmento de tocados de bodas y fiesta, así como la proyección de una firma dedicada exclusivamente a trajes de novia «con aire flamenco». En cuanto a la forma de comercialización, Manzano afirmó que internet «es el cliente más importante», ya que a través de su tienda online -www.guadalupemodaflamenca.com- se realiza el 20% de sus ventas.

Rueda, por su parte, resaltó el volumen de negocio que está generando este sector de los complementos y la moda flamenca.

«Tenemos que estar muy atentos, y de hecho lo estamos, a todos aquellos sectores, nichos de negocio, o nuevos nacimientos de empleo que estén emergiendo y que estén generando riqueza y buenas perspectivas de negocio para combatir los efectos de la crisis desde todos los flancos posibles», apuntó la delegada.

Rueda también quiso rendir un sentido homenaje a Guadalupe Rosales, la fundadora de la empresa, una mujer de 68 años que empezó su negocio en la década de los 80 cosiendo en el salón de su casa. Posteriormente trabajó en una conocida marca de modas de novia de Málaga hasta que pudo dedicarse por entero a su negocio.

Para Rueda, Rosales es un «ejemplo clarísimo de mujer emprendedora luchadora».

Las ventas de vehículos de ocasión suben un 12% en Málaga

LA OPINIÓN MÁLAGA

■ Las ventas de turismos y todoterrenos de segunda mano en Andalucía han aumentado un 11% en lo que va de año, hasta alcanzar las 44.012 unidades. En Málaga las ventas subieron un 12,4% con 9.528 unidades. Según datos de la Asociación Nacional de Vendedores de Vehículos a Motor (Ganvam), este incremento ha sido algo inferior a la media española, donde las ventas crecieron un 14,6% hasta las 282.959 unidades.

Según la citada asociación, en el último mes los vendedores están impulsando especialmente la venta del vehículo de ocasión para evitar su depreciación y sobrecostes financieros. De esta forma, los turismos más «jóvenes» representan ya el 19% del mercado, con lo que han incrementado su peso sobre la «tarta» total en algo más de cuatro puntos, mientras que los de más de diez años lo hacen en cuatro décimas, acaparando ya el 47% de las operaciones de usados.

La Opinión

07 MAR. 2013

EN BREVE



Rubén Urosa presentó los planes de autoempleo y formación. :: SUR

Injuve apuesta por el autoempleo y los jóvenes emprendedores

:: SUR. El director general del Instituto de la Juventud (Injuve), Rubén Urosa, visitó ayer Málaga, donde apostó por fomentar el autoempleo entre los colectivos juveniles y mejorar su formación y capacidad emprendedora a través de las plataformas digitales. Así, abogó por enfocar la afición de los jóve-

nes al ocio digital para la mejora de su empleabilidad. En este punto, hizo hincapié en hacerles partícipes de las actuales demandas y necesidades del mercado en el sector de las nuevas tecnologías. Así, mencionó medidas concretas que pondrá en marcha el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad para fomentar el autoempleo entre los colectivos juveniles, como la creación de una red social para profesionales que hayan apostado por la autogestión.

MÁLAGA

TURISMO

Andalucía cierra tres acuerdos para impulsar un 10% el turismo alemán

● La Junta se fija "objetivos ambiciosos" en la ITB con la firma de convenios con los operadores FTI, Rewe y Schauinsland ● Estos mayoristas traen 110.000 viajeros y 1,2 millones de estancias

Ismael Touat BERLÍN
ENVÍADO ESPECIAL

El mercado turístico alemán mira con optimismo a Andalucía. La primera jornada de la Bolsa Internacional de Turismo (ITB) de Berlín sirvió para ratificar la confianza que los touroperadores y empresarios tienen en el destino andaluz. La Junta alzó el telón a su expositor con la previsión de incrementos del 10% en turismo alemán lo largo del presente 2013. Es el objetivo "ambicioso" que se fija la Consejería de Turismo en virtud de los acuerdos que firmará con tres mayoristas durante la celebración de la ITB.

El consejero de Turismo y Comercio, Rafael Rodríguez, se estrenó en una de las ferias más relevantes del panorama turístico mundial tras acudir a la World Travel Market (WTM) de Londres y la Feria Internacional de

El acuerdo con FTI enviará al destino 40.000 viajeros tras invertir 60.000 euros

Turismo (Fitur) de Madrid. El titular del ramo destacó que el germano es un emisor de viajeros "excepcional" y repuso las metas del despliegue promocional que su departamento ha realizado con motivo del certamen, como son "ampliar la proyección de los destinos andaluces" e "impulsar la generación de negocio".

En este sentido, la Junta suscribirá convenios con operadores como FTI Touristik, Rewe Touristik y Schauinsland. Se busca con



El stand andaluz, ayer, en la apertura de la ITB.

estas colaboraciones aumentar en un 10% los viajeros y pernoctaciones que estos mayoristas traen a Andalucía. En 2012 los tres grupos aportaron a la comunidad autónoma 110.000 viajeros procedentes del país germano que generaron 1,2 millones de estancias hoteleras.

Ayer fue el turno de renovar el acuerdo con FTI, cuarto operador de Alemania en volumen de negocio, con una cuota de mercado del 6,7% y 300 agencias de

viajes propias. De igual modo, también distribuye sus productos a través de 12.500 agencias de viajes en Europa, principalmente en Austria, Suiza y Francia. En la temporada 2011/2012 el volumen de ventas registrado por este mayorista ascendió a 1.624 millones de euros, lo que en términos absolutos supuso el aumento de 244 millones de euros. Movi6 400.000 turistas más que en la temporada anterior.

Rodríguez anunció que este

convenio posibilitará la llegada de 40.000 turistas alemanes a Andalucía durante este año a través de este operador. De hecho, las perspectivas son más que positivas. La responsable para España y Portugal de FTI, Sabine Wittmann, subrayó que las reservas de visitantes germanos para viajar a algún destino andaluz el próximo verano experimentan un crecimiento del 20%. "Esperamos llegar fácilmente a estas cifras", comentó Wittmann, satis-

fecha por renovar el acuerdo con la Junta por quinto año consecutivo. En todos ellos, según subrayó, el envío de turistas a Andalucía erigió "notablemente". Esta alianza prevé una inversión conjunta de 60.000 euros, de los cuales la Consejería aportará la mitad, 30.000 euros, 8.000 más que el año anterior.

El consejero destacó la necesidad de apostar por Alemania al tratarse del segundo mercado emisor extranjero más importan-

Refuerzan la promoción de la oferta de golf regional

La Consejería de Turismo y Comercio patrocinará la próxima edición de la Touristik Golf Cup en Alemania con los objetivos de reforzar la promoción de su oferta de golf en este mercado y posicionar Andalucía como destino líder de este producto en el sur de Europa. Así lo afirmó ayer Rafael Rodríguez, durante la presentación del patrocinio de este torneo organizado por la revista alemana especializada *Touristik Aktuell*. La Touris-

tiker Golf Cup consta de cuatro torneos clasificatorios que se celebrarán durante los meses de junio y julio en las ciudades alemanas de Frankfurt, Hamburgo, Colonia y Múnich, y en ellos participarán alrededor de 400 profesionales del sector turístico alemán, además de una representación de empresarios turísticos de la comunidad andaluza. En este sentido, Rodríguez afirmó que se trata de "una ocasión única para propiciar el encuentro directo entre la

oferta y la demanda y dar a conocer a los profesionales del sector turístico alemán las posibilidades que ofrece Andalucía en el segmento de golf". En virtud de este patrocinio, la final del torneo se celebrará el 27 de octubre en el Islantilla Golf, en la provincia de Huelva, por lo que los participantes "tendrán ocasión de conocer in situ no solo la oferta especializada de la comunidad, sino la excelente oferta complementaria que acompaña a este producto".



Rodríguez y Horst Ebel, de Touristik Aktuell.

te para Andalucía, que cuenta con una población "cuya propensión a viajar se ha visto mermada durante la crisis internacional que la de otros países". Asimismo, señaló la gran importancia de los intermediarios turísticos en Alemania, el país con mayor tasa de uso de esta modalidad y el que reúne un mayor número de agencias de viaje (10.000) y operadores (2.500). Por estos motivos, consideró que FTI Touristik es "un buen prescriptor de nuestro destino y un colaborador a tener en cuenta en la estrategia de marketing".

Esta colaboración con FTI se formaliza, según Rodríguez, "en una fecha muy importante del año", ya que en esta época realizan gran parte de las contrataciones. Además, afirmó que se intensificarán las acciones de promoción dirigidas tanto a las empresas como al público final, con especial hincapié en la oferta de Andalucía como destino de calidad. Entre las principales actuaciones que contempla, se encuentran acciones genéricas dirigidas al consumidor y a las agencias de viaje tanto *off line* como



Vicente Granados, Rafael Rodríguez, José Manuel Soria e Isabel Borrego.

20%

De aumento. FTI destaca que las reservas en Andalucía para verano han aumentado un 20%

on *line* y publicidad en canales de información del grupo.

Por otra parte, el operador elaborará un documental sobre Andalucía centrado en la calidad de su oferta, en el que se dará a conocer de manera más activa el destino y los paquetes turísticos ofertados por el mayorista. En este sentido, la responsable de FTI aseguró que están incorporando nuevos segmentos a sus catálogos, ya que "Andalucía, además de una potente oferta de sol y playa, también reúne cultura, tradición y productos complementarios que ofrecen a los visitantes muchas opciones y posibilidades con potencial para los viajeros alemanes", precisó. El consejero se reunirá hoy con más mayoristas y formalizará los otros dos acuerdos previstos.

La Junta respalda en la ITB al "prioritario" emisor germano

El plan de acción recoge 36 acciones de promoción en este mercado para este año

I. Touat BERLÍN
ENVIADO ESPECIAL

El turismo alemán es "prioritario" para Andalucía. El consejero de Turismo, Rafael Rodríguez, ensalzó la importancia de este emisor para la comunidad autónoma. No en vano es el segundo mercado para el destino andaluz, insistió Rodríguez. Para lograr aumentos y combatir los efectos de la crisis, el plan de acción recoge la puesta en marcha de 36 acciones de promoción en este mercado este año.

Rodríguez hizo balance del comportamiento del turismo germano en Andalucía el pasado año en la rueda de prensa inaugural de la ITB. La comunidad recibió durante 2012 un total de 943.000 turistas procedentes de Alemania, lo que supone un incremento del 3% en relación con el ejercicio anterior. Los hoteles andaluces sumaron 764.417 viajeros, un 0,5% menos, y registraron 3,67 millones de pernoctaciones, con un descenso del 3%. Es la tendencia registrada en el conjunto del país.

Rodríguez destacó que, a pesar de esta leve bajada, la comunidad amplió su ventaja como primer destino peninsular en estancias de alemanes frente al inmediato competidor, Cataluña. Así, la región contabilizó el 8% del total de pernoctaciones ho-

teléras de este mercado en el país, sólo por detrás de Baleares y las Islas Canarias.

Se trata de un mercado de "gran interés" por su estancia media de 12,4 días, tres por encima de la media, y un gasto diario de 67,22 euros, superior en siete euros al del conjunto de visitantes. De igual modo, los viajeros alemanes suelen decantarse por el alojamiento hotelero, en el 68,1% de los casos, y muestran una elevada valoración de su estancia en Andalucía, con una calificación de ocho puntos sobre diez, así como una fidelidad al destino cuatro puntos por encima de la media del resto de turistas internacionales.

Ante estas cifras, Alemania ocupa un lugar clave en las iniciativas de promoción que recoge el Plan de Acción que la Junta ha elabora-

do junto con el sector turístico andaluz. Se llevarán a cabo acciones dirigidas tanto a profesionales como al consumidor final, en colaboración con los patronatos provinciales, TurEspaña y los principales mayoristas del país, prestando especial atención a los productos con alto poder desestacionalizador y demanda creciente.

Se incidirá por tanto en segmentos como cruceros, salud y lujo, congresos y reuniones, turismo urbano, golf, activo y de interior, cultural y circuitos, así como en los viajes tradicionales centrados en el sol y playa, ya que el clima se mantiene como factor más decisivo en la elección del destino por parte de los alemanes.

El Plan de Acción contempla participar en ferias especializadas que se celebran en Frankfurt, Düsseldorf, Stuttgart y Hamburgo, misiones comerciales, congresos, acciones directas al consumidor y campañas de comunicación. Rodríguez destacó que con estas iniciativas se busca "afianzar el conocimiento de nuestro destino como el más seguro, de mayor calidad y más variado".

Rodríguez enseña a Soria el 'stand' andaluz, que se llena de empresarios en la jornada inaugural

I. Touat BERLÍN
ENVIADO ESPECIAL

El consejero de Turismo y Comercio, Rafael Rodríguez, inauguró ayer el expositor de Andalucía en la Bolsa Internacional de Turismo (ITB) de Berlín con un encuentro con los empresarios y representantes de la oferta andalu-

za que llenaron el espacio del destino en este encuentro. Rodríguez enseñó las novedades del expositor al ministro de ministro de Industria, Energía y Turismo, José Manuel Soria, que junto con la secretaria de Estado de Turismo, Isabel Borrego, quiso conocer de primera mano la oferta andaluza que se ha traído a la ITB.

El stand andaluz cuenta con una superficie de 500 metros cuadrados y está enfocado especialmente a la generación de oportunidades de negocio. Así, las empresas y profesionales andaluces disponen de un área con 32 mesas de trabajo para establecer contacto con los profesionales del mercado alemán. Ade-

más, los ocho patronatos andaluces disponen también con una zona específica para presentar la oferta de cada provincia.

Soria destacó, por su parte, que Alemania es "un mercado de primer orden" para España en cuanto a número de visitantes y auró "un buen año" en materia turística tanto en la actual tem-

porada de invierno como en la de este verano.

Soria subrayó la importancia del mercado alemán para el turismo en España al ser el segundo mercado emisor, con 9,3 millones de turistas. Ante el "enorme potencial que tiene Alemania todavía para generar turismo", el ministro abogó por "cuidar" este mercado, el primero para España en cuanto al número de estancias. El ministro, que mantuvo encuentros en Berlín con representantes del sector, recordó que 11 de cada 100 euros generados en España proceden del turismo,

¿QUIÉN CREARÁ EMPLEO?

Como decía Joseph Schumpeter, las innovaciones e invenciones son claves para el crecimiento económico, y quienes implementan ese cambio son los emprendedores



Tribuna

José Luis Marcos Medina

► Gerente de la Agencia IDEA-Málaga

Desde luego no parece que lo vayan a hacer las medidas del Gobierno. Su cacareada reforma laboral en el año que lleva en vigor no solo no ha creado ningún puesto de trabajo, sino que ha destruido 850.000 empleos, un 13% más de lo que ya había, acercando la cifra total de desempleados en España a los 6 millones.

A pesar de esta trágica evidencia, el Gobierno, más preocupado por el déficit que por las personas, sigue erre que erre pervirtiendo el lenguaje eufemísticamente para hacernos creer que su reforma laboral es el camino correcto para crear empleo a pesar de los datos que confirman un claro fracaso. Fracaso que en cualquier caso, y siguiendo el argumentario pepero, se deberá a la herencia recibida o al más que seguro olvido de la Virgen del Rocío, pese a los votos de la ministra Báñez.

Y mientras, al presidente de los empresarios españoles no se le ocurre otra cosa que decir que 6 millones de parados son un error estadístico. Si el mandamás de los empresarios, que se supone son los que deben crear empleo, se despacha además diciendo que en España sobran 300 o 400.000 funcionarios, las esperanzas de que la cosa mejore son ningunas. Aunque en honor a la verdad hay que decir que el Sr. Rosell sí propone medidas: profundizar aún más en la reforma laboral; ofrecer a los jóvenes con-

tén mal remunerados, que menos es nada; rebajar los salarios, que por culpa de los convenios están muy altos, y si no se pueden rebajar los salarios a cambio trabajar más. O sea, trabajar más y ganar menos, que diría su antecesor en el cargo, Díaz Ferrán, todo un modelo de inmoralidad empresarial e insolidaridad tributaria, algo que junto a la altísima tasa de desempleo está provocando un preocupante descenso de ingresos en la caja común de la Seguridad Social y, por ende, poniendo en peligro el futuro de las pensiones y otras prestaciones. ¡Qué panorama!

Así las cosas, ¿quién creará empleo? Los emprendedores. Cada vez más desde ámbitos empresariales, económicos, gubernativos, políticos, académicos, etc., se anima al emprendimiento como uno de los caminos para combatir la pérdida de empleo: Emprendimiento versus autoempleo, o dicho en «román paladino»: búscate la vida.

En uno de los últimos números de la revista *Andalucía Económica* leí un interesante trabajo sobre el tema del emprendimiento realizado sobre la opinión de un importante número de universitarios. Partiendo de la tesis de que una de las múltiples razones de la pérdida de empleos ha sido la desaparición de los modelos tradicionales de negocio, o la mayoría de ellos, se presentaba el emprendimiento como el camino para desarrollar un proyecto que garantizara la generación de empleo. Para ello, el proyecto tiene que satisfacer alguna o varias necesidades importantes de la sociedad para hacerlo viable y sostenible.

Comparto la tesis de que el emprendimiento es un camino generador de empleo. Como decía Joseph Schumpeter, las innovaciones e invenciones son claves para el crecimiento económico, y quienes implementan ese cambio en la

He podido comprobar la confirmación de dicha tesis gracias a la iniciativa de un grupo de vecinos de la Huerta la Palma que pretenden generar empleo retomando el viejo oficio de «sereno». Este proyecto, al que han bautizado con el nombre de «Serenparking» y que conocí gracias a lo publicado por este periódico a principios del pasado mes de febrero, retoma un viejo modelo de negocio basado en una actividad tradicional para dar respuesta a una necesidad social (cada vez más necesaria, valga la redundancia) que se manifiesta en el territorio: la seguridad. Y lo hace con un enfoque totalmente innovador, porque la innovación no es sólo la creación, también es la modificación de un producto y su introducción en el mercado. Este proyecto basa su actividad en la utilización de nuevas tecnologías de la información y comunicación (telefonía móvil, PDA y otras, no el clásico pito del sereno), y extiende el concepto de seguridad a las personas, bienes muebles e inmuebles, a la prestación de servicios ciudadanos, y a la coordinación con las fuerzas de orden público y con los servicios de urgencias y emergencias. Y es generador de empleo. Empleo para parados de larga duración; para aquellos que por su edad, o por escasa formación, tienen dificultades para encontrarlo. En definitiva, empleo para los más necesitados. ¡Chapeau!

Aunque es un camino, emprender en esta realidad económica no es fácil: supone un gran riesgo; a la vez que un tremendo miedo al fracaso. Por eso es necesario que los emprendedores tengan el máximo apoyo posible: financiero, legal, político, ... y esta iniciativa vecinal merece ese apoyo. Desde luego pueden contar con el mío y con el de la institución que dirijo.

Pero digo yo que además de este habrá otros caminos para crear em-

El Gobierno estudia que se puedan constituir empresas con sólo un euro

► En la actualidad se requiere un capital mínimo de 3.000 € pero lo que se pretende es eliminar trabas

EUROPA PRESS MADRID

■ El Gobierno estudia permitir la constitución de empresas aportando sólo un euro de capital social, frente a los 3.000 euros que se necesitan actualmente para fundar una sociedad limitada, que es la forma jurídica a la que suelen recurrir las pequeñas y medianas empresas. Eso sí, en el plazo de seis meses a un año, la nueva sociedad tendrá que llegar a esos 3.000 euros de capital mínimo, ya sea mediante aportaciones materiales o económicas.

Así lo confirmaron a Europa Press fuentes conocedoras del proyecto de ley de emprendedores, en el que están trabajando diversos ministerios (Empleo, Industria, Economía y Hacienda), coordinados por la Oficina Económica del Gobierno.

Con esta medida, adelantada ayer por *Cinco días*, se agilizaría la puesta en marcha de empresas, materia en la que España no sale bien parada en comparación con otros países de la UE, donde emprender es más sencillo.

El proyecto de ley de emprendedores contendrá muchas otras medidas para que sea más fácil poner un negocio; algunas de ellas ya anunciadas. Así, se simplificarán los trámites administrativos, como las licencias; se mejorará la financiación y se pondrá en marcha la figura del autónomo de responsabilidad limitada, por la que será inembargable la vivienda habitual y los materiales necesarios para el ejercicio de la actividad.

Lo que discute ahora el Gobierno es la cuantía de la deuda a

partir de la cual no se podrá embargar la vivienda y otros bienes inateriales necesarios para el emprendedor. Las organizaciones de autónomos han planteado 6.000 euros de límite, pero está por ver si el Ejecutivo aceptará esta cifra.

Además, tal y como se anunció hace varios meses, se quiere ayudar a aquellos emprendedores que no hayan tenido éxito en su primera iniciativa empresarial para que puedan liberarse de las cargas y tener así una segunda oportunidad.