



CONFEDERACIÓN
DE EMPRESARIOS
DE MÁLAGA

DOSSIER DE PRENSA DIARIO

FECHA: 24 DE MARZO DE 2014

JAVIER GONZÁLEZ DE LARA

Presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA)

Dice no arrepentirse de haber aceptado el cargo, pero admite que está siendo una tarea muy dura. Santiago Herrero

no ha dejado precisamente una herencia sencilla a Javier González de Lara, el patrón al que los empresarios

han entregado el timón para reconducir la dirección de la organización. La travesía no será precisamente plácida.

«La palabra concertación hay que olvidarla; es un término denostado que genera rechazo»

ANTONIO SALVADOR / Sevilla

No arredran las dificultades a Javier González de Lara (Málaga, 1963), que con 18 años tuvo que ponerse al frente del negocio familiar al morir su padre. El futuro de la CEA depende en gran medida del acierto en la gestión de este empresario aficionado a pintar cuadros de temática marinera. Realismo, desde luego, no le falta.

Pregunta.—¿Cuál es la herencia que se ha encontrado?

Respuesta.—La herencia es difícil y el reto es monumental. Es una organización que necesita renovarse y transformarse. Yo incluso he llegado a decir que tiene que regenerarse, no porque las cosas se hayan hecho mal sino porque los tiempos nos exigen nuevas cosas. Tendremos que hacer nuevas cosas para llegar más lejos y ver la manera de que la CEA sea más independiente desde el punto de vista institucional y económico.

P.—Habla de independencia económica. Supongo que una de las prioridades será definir cómo se debe financiar la CEA...

R.—Es más la viabilidad. Tengo en marcha un proyecto financiero. Hay que hacer ajustes para tener una estructura viable, razonable y sensata que dependa por sí mismo de los recursos que genere. Pretendo que la organización tenga siempre el papel protagonista en la sociedad andaluza como ha tenido, pero sin ningún tipo de discusión desde el punto de vista de su independencia.

P.—¿Está en condiciones la CEA, como ha insinuado algún sindicato quizá con la boca pequeña, de renunciar a los cursos de formación como fórmula de financiación?

R.—Podríamos estar en condiciones, pero no pienso renunciar a eso. La formación para trabajadores se nutre de los fondos que aportamos los empresarios. No renuncio a algo que las empresas tenemos derecho a poder ejecutar, como es la formación, cuando tenemos más desempleados que nunca. Existe el mensaje de que la formación es bastarda y negativa cuando podemos decir con satisfacción que la formación ejecutada



CONCHITINA

EL VALOR INTRÍNSECO DEL DIÁLOGO SOCIAL

«Es clave para que un país progrese, pero no se valora porque en España hoy prácticamente todo está desacreditado»

PRESENCIA DE IU EN EL GOBIERNO ANDALUZ

«No podemos someter a la ideología la actividad empresarial. Al inversor se le somete a una tortura hasta que se va»

hasta la fecha ha sido de calidad, auditada, justificada... Nosotros estamos pagando la formación.

P.—¿Ha habido falta de control en la gestión?

R.—En muchos sitios, seguro. Es un problema de condición humana, de gente que no tiene ética ni moral y que utiliza las cosas a su interés personal. En esas situacio-

nes, que se actúe con toda la contundencia legal que corresponda.

P.—¿Hay temor en la CEA a que haya una auditoría general?

R.—No, no. Auditorías puede haber todas las que hagan falta. Es bueno. La formación es uno de los temas por los que me he preocupado desde que llegué el 23 de enero. Saber qué se ha realizado y cómo

se ha realizado. Me consta que la formación se ha ejecutado adecuadamente. No ha habido ningún tipo de utilización inadecuada.

P.—¿Ha apreciado algo que no le haya gustado sobre la formación ejecutada por la CEA?

R.—No he visto nada irregular, extraño o atípico. Me consta que se ha hecho un buen trabajo.

P.—¿A usted le parece bien que antiguos directivos de la CEA coparan con sus empresas privadas los cursos de formación?

R.—Evidentemente, lo que se haya decidido de aquí para atrás, no corresponde a mi decisión personal. Podré estar de acuerdo o no.

P.—¿Y está de acuerdo?

R.—Podré estar de acuerdo o no. Lo único que digo es que mi modelo va a ser distinto.

P.—¿Qué modelo va a ser?

R.—Distinto.

P.—¿Pero cómo va a ser? ¿Va a sacar a concurso los cursos de formación?

R.—Intentaremos que haya concurrencia competitiva, que haya una actitud más abierta y puedan participar otras empresas... Intentaré que no sea algo cerrado.

P.—Hasta ahora, ¿cuántas empresas han impartido esos cursos?

R.—Ocho o diez, no podría precisar en este momento. Pero si tienen que ser 14, pues serán 14. Las que reúnan las condiciones.

P.—¿La CEA no ha vivido también una cierta burbuja, no ha vivido por encima de sus propias posibilidades y en cierta forma ha perdido un poco su propia razón de ser?

R.—La sociedad, en general, ha vivido una burbuja global desde el punto de vista de crear estructuras hiperdimensionadas. Y quizá la CEA también ha incurrido en ese error. Estamos intentado corregirlo y buscar una solución más razonable con los tiempos que vivimos. Pero han sido la CEA, los

estamentos sociales, las empresas, los ciudadanos, el sector público...

P.—Hablemos de la concertación. ¿Ha hecho el diálogo social que la CEA no haya sido excesivamente crítica con el Gobierno andaluz?

R.—Todas las comunidades han hecho concertación; todas. La cuestión es que aquí no ha habido alternancia política. Nosotros nos limitamos a negociar con el Gobierno que está para que haya una visión proactiva hacia el mundo empresarial, no lesiva. Si se capilariza y analiza el mapa provincial, se podrá comprobar que diputaciones del PP hacen pactos por el empleo con los sindicatos. Todo el mundo se pone casto y puro...

P.—Ese mapa demostraría que es un buen negocio político y que todo el mundo lo imita...

R.—Sí, políticamente puede serlo.

P.—El problema de la concertación no es la búsqueda de un entendimiento en favor de la paz so-

Segue en página 25

Viene de página 24

cial, sino que se utiliza para otros fines y provoca una servidumbre política, de un signo y de otro.

R.-Si se buscan clientelismos se puede incurrir en ese tipo de errores. Nosotros buscaremos el acuerdo con la Administración para evitar problemas para el mundo empresarial. Y fórmulas para que la actividad del tejido productivo sea mucho más eficiente.

P.-Lo que es evidente es que la concertación no ha servido para que Andalucía tenga menos paro.

R.-Podría ser. También hay otro elemento a analizar: esa paz social que se consigue. Hay una resolución importante de conflictos laborales que genera un clima más positivo para la inversión. Y eso es el diálogo social en palabras con mayúsculas.

P.-Susana Díaz ya ha anunciado que quiere cambiar el modelo de concertación y abrirlo a otros sectores. ¿Qué le parece que no se evalúen los resultados de los planes anteriores?

R.-Es bueno que se evalúen los resultados y es un error que no se haya hecho. Debe hacerse y mirarse con rigor lo que se ha podido lograr y lo que no.

P.-¿La concertación debe abrirse a más actores?

R.-El modelo de concertación no puede quedar constreñido exclusivamente a ver qué actores van a participar, sino a los contenidos que se quieren abordar. Esos actores que se quieren incorporar tendrán que acreditar su legitimidad. A lo mejor la palabra concertación hay que olvidarla, eso fue una modesta aportación que le di a la presidenta. Es un término que está denostado y genera rechazo. Vamos a potenciar el diálogo social.

P.-¿Está denostado el concepto o los participantes de la concertación?

R.-En este país estamos ahora todos desacreditados, hay pocas instituciones que se salven. Lo que habrá que hacer es empezar a dar crédito a la gente que quiere arrancar de nuevo y resolver problemas. ¿Quién no está sometido hoy a ese descrédito? Yo intentaré siempre hacer las cosas bajo principios éticos y de honestidad. El diálogo social es una apuesta muy fuerte y una infraestructura clave para que un país progrese. Pero, dentro de ese descrédito, el ciudadano ni lo valora.

P.-¿Cuántas empresas se ha llevado por delante la crisis en Andalucía?

R.-Unas 50.000. Calculo que se necesitará más de una década para que se recupere ese tejido productivo, va a costar muchísimo. En el fondo, es un fracaso de todos.

P.-¿Qué balance hace del bipartito?

R.-Hay que avanzar y cambiar cosas. Para que Andalucía pueda atraer inversiones, hay que simplificar el afán regulatorio desproporcionado que existe ahora. También es necesario que haya lealtad institucional, porque al final se frenan los proyectos.

P.-Como ha podido ocurrir con la mina de Aznalcóllar, ¿no?

R.-Es un ejemplo claro y evidente de deslealtad El Gobierno central



CONCHITINA

«¿Entrar en concurso? No hay razones»

Pregunta.—En sus planes para que la organización sea viable económicamente, ¿entra la venta de la sede?

Respuesta.—Contemplo todo tipo de escenarios. Todos. Desde no vender a vender o hacer alguna operación hipotecaria.

P.—Por lo que sabemos, la operación hipotecaria que planteó su antecesor en el cargo es prácticamente imposible. No sólo por decisión

de las propias entidades, sino porque desde Bruselas la ven imposible...

R.—La banca quiere hacer operaciones, necesita hacerlas. La única forma que tiene de reducir su morosidad es haciendo operaciones comerciales. Hay un cambio de tendencia. Con esto no digo que vayan a producir grandes milagros, pero hay mayor actitud de las entidades financieras hacia las empresas. En cuanto al edifi-

cio de la CEA, notiene cargas ni gravámenes y nosotros representamos mucho. Representa penetración en el mercado, y eso es un intangible que un financiero sabe valorar.

P.—Pero llevan más de año y medio y no terminan de cerrar la operación...

R.—Estamos hablando de otro tipo de operación.

P.—¿Cuál es la nueva operación?

R.—Puede haber acto-

res, condiciones, escenarios, plazos y amortizaciones distintas. No parto de esa herencia, yo rechazo esa operación porque fracasó. Y empiezo una operación nueva.

P.—¿Se ha planteado trasladar la sede de la patronal andaluza a Málaga?

R.—La sede de la CEA va a seguir estando en Sevilla.

P.—¿La CEA está abocada a solicitar el con-

curso de acreedores?

R.—Espero que no. La organización no tiene razones para entrar en concurso, pero es verdad que debemos a proveedores. Hablo con muchos de ellos para transmitirle confianza y nuestro compromiso de pago.

P.—¿A cuánto ascendieron las pérdidas en 2013?

R.—No serán unas cuentas bonitas, pero con el plan de viabilidad en marcha serán más favorables que las de 2012 [entonces fueron 12,5 millones de pérdidas].

tral y la Junta tendrían que haber hablado antes para evitar que un inversor pueda caer en el desánimo.

P.—¿Qué impresión le causó Susana Díaz? ¿Tiene claro hacia dónde va?

R.—Fue una reunión de unos 45 minutos y, por tanto, sería frívolo por mi parte hacer una valoración definitiva. Le insistí en que hay que hacer más inversiones productivas y en que debe reducirse el gasto corriente. La Junta de Andalucía se tiene que abrochar el cinturón.

P.—¿Cómo valora la presencia de IU en el Gobierno andaluz?

R.—Los condicionantes ideológicos hay que romperlos ofreciendo datos reales, que es lo que necesitan los ciudadanos. A cualquier inversor se le somete a una tortura hasta que al final termina marchándose a otro sitio. No podemos supeditar la actividad empresarial a criterios ideológicos. El desempleo es un drama en esta comunidad.

P.—¿Cómo valora el plan de la construcción sostenible promovido por Díaz?

R.—No es suficiente aunque va en la dirección adecuada y permitirá sacar del ostracismo a un sector olvidado. Tendrían que agilizarse los planeamientos municipales para que, cuando se salga de la crisis, el sector pueda empezar a funcionar.

Para poder invertir se necesita seguridad jurídica y certeza económica.

P.—¿Qué hacía la CEA promoviendo viviendas?

R.—Pienso que fue un error de concepto y de gestión. Nunca debí

meterse en esa actuación la Fundación para el Desarrollo del Sur de Europa, que no está vinculada patrimonialmente a la CEA. También hay que retrotraerse a etapas anteriores. Colunga propuso hacer VPO para hijos de empresarios...

P.—¿Teme alguna sorpresa en la CEA? ¿Encargará una auditoría?

R.—¿Y quién dice que no lo he hecho? Tendré que procesar esa información. Estoy intentando tener un conocimiento exhaustivo y pro-

fundo de hasta dónde llegan las vinculaciones. Tampoco me he caído de un guindo.

P.—¿Se arrepiente de haber aceptado el cargo?

R.—Nunca. Lo he asumido por responsabilidad, pero reconozco que está siendo muy duro.

P.—¿Le puso alguna condición Santiago Herrero?

R.—Ninguna. Yo sí le puse alguna condición. Estuve dos noches sin dormir antes de asumir el cargo. Me siento muy satisfecho por la unidad que ha habido. He recibido una gran cantidad de apoyos y el peso es mayor. Hay que estar a la altura de las circunstancias.

P.—¿Compaginará el cargo con la presidencia de la Confederación de Empresarios de Málaga?

R.—Pretendo simultanearlo.

Junto al director de EL MUNDO en Andalucía, Francisco Rosell han participado en el encuentro Teresa López Pavón, Sebastián Torres, Francisco Javier Recio y J. Caro Romero, además del delegado de Expansión en Andalucía, Simón Oñrubia

LOS CURSOS DE FORMACIÓN DE LA PATRONAL

«Quiero concurrencia participativa, que no sea algo cerrado de 8 o 10 empresas. Si 14 reúnen las condiciones, serán 14»

LAS VPO NO CONSTRUIDAS POR LA FUNDACIÓN

«Fue un error de concepto y de gestión. Nunca debió meterse en esa actuación, pero hay que retrotraerse a otras etapas»

El PTA coordina una iniciativa que premia el talento y espíritu emprendedor de los jóvenes

■ SUR

MÁLAGA. El Programa Yuzz 'jóvenes con Ideas', coordinado en Málaga por el Parque Tecnológico de Andalucía (PTA) ha lanzado su quinta edición en la que premiará las ideas innovadoras de jóvenes en más de una veintena de centros distribuidos por toda España, con el objetivo de promocionar el talento y el espíritu emprendedor.

La convocatoria para participar en esta nueva edición permanecerá abierta hasta el próximo 23 de abril, según ha informado a través de un comunicado el Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE), entidad organizadora. Las bases de la convocatoria y formulario de inscripción están disponibles en la página web 'www.yuzz.org'.

El programa, dirigido a jóvenes de entre 18 y 31 años, ofrece durante siete meses apoyo, formación y asesoramiento para elaborar planes de negocio basados en ideas innovadoras, de base tecnológica, propuesta por los seleccionados.

400 empresas

Así, durante sus cuatro ediciones anteriores se han creado 400 empresas y sólo en el último año han participado más de 600 emprendedores. Para los tres mejores proyectos nacionales se destinará una cantidad total de 60.000 euros. De modo que el primer premio está dotado con 30.000 euros; el segundo con 20.000 y el tercero con 10.000 euros.

Por otro lado, los premios locales ofrecerán a los jóvenes la posibilidad de viajar a Silicon Valley, en California (EE UU), para conocer de primera mano el principal referente internacional en el ámbito de la innovación.

De este modo, durante una semana, los ganadores visitarán empresas tecnológicas emblemáticas, interactuarán con diferentes agentes del entorno académico y empresarial, así como realizarán actividades de 'networking'.

La sociedad de inversiones M Capital, en liquidación

:: N. TRIGUERO

MÁLAGA. La sociedad de capital riesgo M Capital está en vías de liquidación desde el pasado mes de noviembre, en cumplimiento del auto dictado por el juzgado de lo mercantil número 1 de Málaga. La empresa, que fue fundada en 1989 por Cajamar, Unicaja, BBK, Famadesa, Vera, Acciona, Sacyr y FCC, llevaba en concurso de acreedores desde mayo de 2013 como consecuencia de una deuda de unos 9 millones de euros que en buena parte corresponde con las entidades financieras que forman parte de su accionariado (también tenía préstamos con Banco Santander). Tras no haber recibido el apoyo de sus propios so-

cios, la sociedad de inversiones se enfrenta a su desaparición.

Según fuentes de la administración concursal de M Capital, la liquidación de sus activos va a permitir cubrir la mitad de su deuda. Además, todos los créditos contra la masa (así se denominan las deudas que se van originando durante el proceso concursal) se han ido satisfaciendo, así como

La firma, en concurso de acreedores desde hace casi un año, es propiedad de Cajamar, Unicaja, BBK, Famadesa, Vera, Acciona, Sacyr y FCC

los créditos privilegiados generales (Hacienda y Seguridad Social).

M Capital tiene casi 25 años de experiencia en el mundo del capital riesgo. Nació en 1989 a iniciativa de Unicaja, Cajamar y Cajasur, dos de las mayores empresas malagueñas –Vera y Famadesa– y tres constructoras nacionales –FCC, Acciona y Sacyr Vallehermoso–, con el objetivo de realizar inversiones en empresas y proyectos con alto potencial de crecimiento en Andalucía. Entre las iniciativas que ha financiado a lo largo de su historia figuran el Hotel Antequera Golf, Swing Rent a Car, la cadena de televisión Localia Málaga, Sirio Multiservicios, la revista ‘Andalucía Económica’ o las promotoras Inveosa y Desarrollos Inmobiliarios Bahía de Málaga. También tiene una filial, M Capital consultores, dedicada a la prestación de servicios de consultoría y contabilidad a terceros.

SUR 23 MAR. 2014

Alumnos de Económicas se forman para una mejor inserción laboral

▶ Participan hasta el 28 de marzo en el quinto reto Gestalentum, que promueve competencias de liderazgo

LA OPINIÓN MÁLAGA

■ Alumnos de Económicas y Empresariales de la Universidad de Málaga participarán desde ayer y hasta el próximo 28 de marzo en el quinto reto Gestalentum 20x10, la primera iniciativa universitaria en España que utiliza la metodología *Outdoor Training* para evaluar las competencias profesionales de los estudiantes.

La actividad fue presentada en

la facultad de Económicas, en un acto al que asistieron, entre otros, su decano, Eugenio Luque; la concejala de Promoción Empresarial del Ayuntamiento de Málaga, Ana María Navarro, y el director del Instituto Municipal para la Formación y el Empleo (IMFE), Enrique Nadales.

Todos ellos destacaron el gran trabajo que la facultad de Económicas realiza para mejorar la inserción laboral de sus estudiantes con iniciativas pioneras como el Reto Gestalentum, que dota a la formación de un valor añadido. En este sentido, destacaron que la actividad instruirá a los alumnos fuera del aula con actividades lú-

dicas y deportivas que desarrollarán sus capacidades y aptitudes profesionales.

La metodología *Outdoor Training* se sirve de la naturaleza como aula y del aprendizaje experimental como método, y tiene como objetivo formar y evaluar a los alumnos que van a concluir sus estudios en competencias clave para su futuro profesional, en concreto: trabajo en equipo, comunicación, liderazgo, gestión del tiempo, gestión de los conflictos, adaptación al cambio, creatividad, motivación, autoconfianza y autocontrol.

Así, esta novedosa metodología *outdoor training*, o formación fue-

ra de las aulas, busca alejar a los participantes de su espacio habitual para introducirlos en un entorno desconocido en el que se simula una catástrofe, a fin de que los alumnos se involucren física, intelectual y emocionalmente en ésta.

Los alumnos participantes en el reto Gestalentum 20x10 recibirán un certificado expedido por la facultad de Ciencias Económicas y Empresariales y acreditativo de su participación de las jornadas lúdico-formativas. No obstante, los 20 alumnos que obtengan mejor resultado y que mejor cumplan las 10 competencias obtendrán un certificado específico.

Las diez competencias que los estudiantes desarrollarán son: liderazgo, gestión del tiempo, comunicación, gestión de conflictos, adaptación al cambio, creatividad, autoconfianza, autocontrol, motivación y trabajo en equipo.

Dos malagueños crean una empresa para vender productos españoles en Reino Unido

Su objetivo es vincular a los distribuidores y cadenas de supermercados británicos con productores nacionales para favorecer nuevas líneas de negocio

:: AGUSTÍN PELÁEZ

MÁLAGA. Jesús Manso Arcas y Juan José Galicia Montero, de 30 y 28 años, respectivamente, se conocieron mientras estudiaban Administración y Dirección de Empresas en la Universidad de Málaga. Aunque los dos son malagueños, sus carreras profesionales siguieron al principio caminos diferentes. De hecho, Jesús ha trabajado sobre todo en Unicaja y para una empresa financiera británica en España. Juan en cambio se centró en el comercio exterior y durante un año ejerció como analista de mercado para la Agencia Andaluza de Promoción Exterior, Extenda. En octubre pasado, estos dos jóvenes malagueños decidieron apostar por crear su propia empresa, Tradex Consultancy, con sede en el Barking Enterprise Center, un centro empresarial situado en el distrito londinense de Barking & Dagenham, con el objetivo de vincular a los productores españoles de primera calidad con los vendedores en el Reino Unido.

«Yo estaba fijo en Granada, pero el trabajo no me llenaba demasiado y decidí apostar por esta nueva empresa. Fue Juan José el que me llamó para ofrecerme la posibilidad de participar porque necesitaba un buen comercial y tras meditarlo decidí involucrarme de lleno en el proyecto y dejar mi puesto de trabajo», señala Manso, director gerente de Tradex Consultancy.

«Extenda había dejado su oficina en Londres bajo mínimos, con solo un empleado y Juan José pensó que podía ser un buen momento para poner en marcha una empresa de exportación internacional y consultoría de importación. En octubre de 2013 comenzamos nuestra andadura desde España buscando empresas interesadas en abrirse mercado en Gran Bretaña», relata Jesús Manso desde la capital del Reino Unido.



Jesús Manso y Juan José Galicia, creadores de Tradex Consultancy. :: SUR

Como director gerente asegura que decidieron dar de alta a su empresa en Gran Bretaña porque «las ventajas son mucho mayores que en España. Además aquí todo es mucho más sencillo y no nos mandan de un lugar a otro. Hicimos un viaje exprés a Londres en noviembre y lo dejamos todo preparado. Desde enero estamos trabajando los dos desde el Reino Unido».

Ventaja competitiva

Para Jesús Manso, el echo de que los dos tengan fijada su residencia desde entonces en la capital inglesa es «una ventaja competitiva» con relación a otras consultoras. «Nosotros estamos en el Reino Unido y

nuestras oficinas están en Londres. Nuestro objetivo es ayudar a las empresas españolas a vender en Inglaterra y pensamos que para ello es necesario vivir aquí, porque es la mejor forma de sacar adelante el proyecto empresarial», explica Manso.

Tras apenas tres meses de andadura, Tradex Consultancy cuenta ya con dos empleados y una cartera de clientes de más de 20 empresas españolas interesadas en sus servicios, a las que asesoran y buscan clientes ingleses.

Una de sus últimas acciones ha tenido lugar esta semana y ha consistido en una misión comercial en el centro de negocios en el que la sociedad tiene fijada su sede reunien-

do a diez empresas andaluzas del sector del aceite de oliva con 17 empresas británicas (cadenas de supermercados, distribuidores e importadores) para intentar que se produzcan acuerdos y las almazaras puedan exportar su producto al Reino Unido.

«Contactamos con un buen número de empresas malagueñas, pero ninguna se interesó, por lo que a la reunión sólo han acudido productores de aceite de oliva virgen extra de Jaén», señala Manso, según el cual gracias a esta iniciativa ya ha habido empresas que ha alcanzado acuerdos para exportar aceite. «Una de las empresas británicas con las que contactamos nos dijo que no podía asistir al encuentro, sin embargo nos pidió que la pusieramos en contacto con los fabricantes de aceite y ello ha permitido que una de ellas ya haya realizado un primer envío», dice orgulloso.

Según Jesús Manso, Tradex no cobra a las empresas del Reino Unido por sus servicios, sino a los productores españoles. Sin embargo aclara que su comisión no es importante. «Somos como los chinos en el comercio exterior. Lo que realmente nos interesa es que las empresas hagan negocio, porque cobramos en función de ese negocio. Además hay empresas que no se pueden permitir el lujo de tener a un agente comercial en Londres y nosotros les ofrecemos la posibilidad de ejercer como tales y facilitar relaciones comerciales a largo plazo», explica el director gerente de la sociedad, que tiene entre sus planes expandir la compañía en el Reino Unido, crear más puestos de trabajo y abrir otra sucursal en España.

Además del encuentro entre empresas aceiteras españolas con vendedores británicos, Tradex Consultancy tiene en proyecto organizar otras dos misiones comerciales en sus instalaciones, una dedicada al vino y otra de productos hortofrutícolas. Además, están asesorando a empresas textiles en la búsqueda de mercados en el Reino Unido.

Jesús Manso y Juan José Galicia se han fijado un plazo de un año para ver la rentabilidad de su empresa, una iniciativa que les tiene totalmente entregados y entusiasmados.

Izquierda Unida exige a la Junta un reparto más social de los fondos de desarrollo rural

:: SUR

RONDA. El portavoz del grupo parlamentario andaluz de IU y coordinador provincial de la coalición, José Antonio Castro, criticó ayer el «recorte» de los fondos para el desarrollo rural que asegura que ha sufrido Andalucía frente a otras comunidades españolas y reclamó a la Consejería de Agricultura un reparto «más social» de los fondos para el periodo 2015-2020. Durante su visita a la cooperativa La Aljaba de Ronda, Castro cifró dicha disminución en más de 200 millones de euros para el siguiente programa marco, en un momento en el que «se incrementan estos fondos para España». «Hemos tenido una decisión política que ha perjudicado muchísimo a Andalucía», dijo Castro.

El dirigente de la coalición de izquierdas advirtió del papel que jugará el Gobierno andaluz en el reparto, y señaló que «ahora llega la hora de la Junta de Andalucía». Y en este sentido, el coordinador señaló que corresponde a la Consejería de Agricultura decidir cómo y dónde se reparten estos fondos.

iSoft tiene la fórmula para crecer en Sudamérica

El 70% de la facturación de la firma de 'software' médico del PTA procede de seis países



MÁLAGA. iSoft ha encontrado en Sudamérica una de los grandes escenarios para el desarrollo de sus programas para optimizar la gestión de los servicios sanitarios. La firma del Parque Tecnológico de Andalucía (PTA), que en agosto de 2011 fue adquirida por la multinacional norteamericana CSC, factura ya el 70% de sus ventas, en torno a 20 millones de euros, en seis países del continente sudamericano. En concreto, el 'software' que se diseña en la tecnópolis malagueña se emplea en los sistemas de salud de México, Honduras, Panamá, Ecuador, Perú y República Dominicana.

Además, desde las instalaciones de la capital se elaboran programas para la gestión sanitaria en el sur de Europa, con un 30% de la facturación procedente de España, Portugal, Italia y Francia. Y es que internet y los sistemas tecnológi-

cos han beneficiado enormemente a las administraciones públicas, permitiendo una gestión más eficiente de los recursos. En el ámbito de la sanidad, los hospitales, ambulatorios y consultorios se han ido progresivamente incorporando a este universo, con aplicaciones que permiten centralizar los datos de millones de pacientes.

En este terreno es donde la compañía multinacional de base tecnológica iSoft ha conseguido posicionarse como uno de los grandes referentes mundiales en el desarrollo de 'software' sanitario y aplicaciones para la sanidad. La buena marcha del negocio se refleja en las cifras de empleo, que en apenas dos años han pasado de 240 trabajadores a 330. Entre España y Latinoamérica, los programas de iSoft cubren la asistencia sanitaria de más de 62 millones de personas.

Según explica el director general de iSoft en Málaga, Guillermo Ramas, la unión con CSC se llevó a cabo «con el objetivo de crecer y llegar a ser líderes mundiales en soluciones tecnológicas y de servicios para la sanidad». CSC tiene 80.000 profesionales en 70 países y cerró el último ejercicio con una facturación de 13.200 millones de dólares, «por lo que es uno de los líderes mundiales en soluciones tecnológicas empresariales y servicios, mientras que iSoft lo es en soluciones para la sanidad», matiza Ramas. «La unión generó uno de los principales proveedores mundiales de soluciones tecnológicas y de servicios para el sector sanitario», recuerda.

En la sede de iSoft en Málaga, además de dirigir las ventas y la ejecución de proyectos para el sur de Europa y Latinoamérica, está el centro de desarrollo responsable, tanto de los productos que se instalan cómo de los que se desarrollan a nivel mundial. Entre los últimos reconocimientos otorgados por CSC Healthcare Group, destaca el Premio 'Medical Economics 2013', a la mejor aportación en tecnología sanitaria, «en reconoci-



Sede de la compañía iSoft en el parque Tecnológico de Andalucía de la capital. :: sur

miento a su trayectoria y posicionamiento en el sector de las TIC para la salud en España, donde es una de las compañías de referencia, así como a su gran apuesta por trasladar su oferta de valor al mercado latinoamericano, donde sus soluciones TIC y servicios tienen un alto nivel de aceptación», destacó

La firma tecnológica ha aumentado su plantilla de ingenieros en 90 trabajadores en los dos últimos años, al pasar de 240 a 330

el jurado. La división sanitaria de CSC recibió además, el pasado 22 de enero, el Premio Nacional de Informática y Salud 2013, otorgado por la Sociedad Española de Informática Sanitaria (SEIS) en su XIX edición, en un acto que tuvo lugar en la Facultad de Medicina de la Universidad Autónoma de Madrid.

LA EMPRESA

► **Nombre.** iSoft, pertenece a la multinacional norteamericana CSC, uno de los líderes mundiales en soluciones tecnológicas para empresas.

► **Actividad.** Diseño y programación de aplicaciones de 'software' para el sector sanitario, principalmente hospitales y centros de salud

► **Clientes.** En más de cuarenta países. Las oficinas del PTA trabajan con España, Italia, Francia, Portugal, México, Honduras, Panamá, Ecuador, Perú y República Dominicana.

El programa 'YUZZ Jóvenes con Ideas' premia los proyectos más innovadores

► **SUR**
MÁLAGA. La quinta edición del programa 'YUZZ Jóvenes con Ideas' premiará los proyectos más innovadores con el objetivo de promover el talento joven y el espíritu emprendedor. En sus cuatro ediciones anteriores se han creado 400 empresas y en el últi-

mo año han participado más de 600 emprendedores. El Parque Tecnológico de Andalucía (PTA) está a cargo de la coordinación de este programa, dirigido a jóvenes de entre 18 y 31 años. El programa ofrece durante seis meses apoyo, formación y asesoramiento para elaborar planes de nego-

cio basados en ideas innovadoras, de base tecnológica, propuestas por los jóvenes seleccionados para participar en el concurso.

La nueva edición de 'YUZZ' cuenta con el apoyo de Banco Santander, a través de su División Global Santander Universidades, y la colabora-

ción de gran cantidad de entidades públicas y privadas comprometidas con el fomento de la innovación y del emprendimiento. Los tres mejores proyectos nacionales recibirán una dotación total de 60.000 euros, 30.000 para el primer puesto, 20.000 para el segundo y 10.000 euros para el tercero. Los premios finales asignarán a los jóvenes la oportunidad de viajar a Silicon Valley para conocer sus instalaciones.

Lecciones para superar el temor a la economía

► El proyecto Edufinet, liderado por Unicaja, ayuda a los ciudadanos a desenvolverse con cierta autonomía en materia económica

MARÍA DEL MAR DOMÍNGUEZ / EFE MÁLAGA

La economía tiene una enorme trascendencia en la vida profesional y familiar de los ciudadanos pero, paradójicamente, se suele ver como un área reservada al especialista, un distanciamiento que trata de acortar la iniciativa de educación financiera Edufinet.

La falta de cultura financiera, que no es un problema exclusivo de España, y la complejidad que adquieren los productos bancarios llevó hace unos años a unos expertos a impulsar un proyecto para ayudar a los ciudadanos a «desenvolverse con una mínima autonomía» en estas cuestiones, según dijo en una entrevista con Efe su director, José Manuel Domínguez.

Este proyecto liderado por la entidad andaluza Unicaja, pero «ajeno a cualquier connotación comercial», integra en su equipo básico actualmente a cuarenta personas que colaboran en la mejora de conocimientos financieros de forma altruista porque «no foda necesidad tiene que ser necesariamente una oportunidad de negocio». Se pretende así también ayudar a que una persona



José Manuel Domínguez, director de Edufinet. DANIEL PÉREZ / EFE

Edufinet involucró hace unos años en este proyecto de responsabilidad social corporativa a la IUMA

sepa «cuáles son las cuestiones básicas que tiene que preguntar y analizar» en una entidad financiera y disponga de «una visión del ciclo completo de la vida de un producto», porque este no se ciñe a la contratación, sino que también tiene consecuencias mientras dure la relación y cuando esta acabe, explicó.

Para ello, Edufinet abarca desde un portal genérico en internet y otros dos especializados para empresarios (Edufiemp) y jóvenes (Edufinext), a chatlas en centros de Secundaria para despertar la curiosidad de los estudiantes por la materia e invitarlos a mejorar sus conocimientos financieros.

Aunque existen «percepciones erróneas» entre los jóvenes, a veces estos sorprenden al equipo de Edufinet por el «alto nivel» de conocimientos, todo ello en un entorno cada vez más interactivo, pues recientemente se ha introducido un mando inalámbrico para que pulsen la respuesta que piensan que es correcta, indicó.

Inquietud en los alumnos

Domínguez, que lleva más de 30 años dando clase en la Universidad -es catedrático de Hacienda Pública en Málaga-, aseguró que en los institutos la experiencia es «sumamente enriquecedora» porque se percibe «inquietud» en el alumnado, lo que resulta «muy motivador».

Si bien con la crisis se ha hecho más patente la importancia de la educación financiera, esta coyuntura económica «no ha hecho

más que poner de manifiesto que era más importante de lo que parecía», según el director de Edufinet.

El incremento de noticias sobre economía tampoco ha evitado que se confundan conceptos en los medios de comunicación, debido a su complejidad.

Tras un intento en el ámbito interno de Unicaja, los promotores de Edufinet involucraron hace unos años en este proyecto de responsabilidad social corporativa a la Universidad Internacional de Andalucía (UNIA), Universidad de Málaga (UMA) y Agencia Tributaria.

Después se sumaron a la iniciativa las universidades Pablo de Olavide de Sevilla y la de Jaén, y ahora están en conversaciones con la de Córdoba.

Conscientes de que las nuevas tecnologías tienen una capacidad «ilimitada», pero como el papel aún tiene utilidad, en marzo de 2007 se presentó una guía en doble soporte.

Portal en internet

El portal de Edufinet, el primero español de educación financiera recogido en la base de datos de la OCDE, ha recibido desde 2008 cerca de 1,5 millones de visitantes de 177 países, mientras que las jornadas de educación financiera para jóvenes han sido seguidas entre 2009 y 2013 por 27.950 alumnos.

Países como Suecia o Noruega hacen más énfasis en la economía en su modelo educativo, y en Inglaterra también han puesto en marcha un proyecto que otorga más peso a las finanzas en la enseñanza, un camino en el que, según Domínguez, aún no se ha avanzado lo suficiente en España.

EMILIO MORALES
Twitter: @lestillo

LA MIRILLA

LOS MEDIADORES CONCURSALES SE PONEN AL DÍA

El Hotel NH acoge la clausura el curso de estos profesionales // El pasado miércoles se celebró un homenaje a Paz Hurtado en el restaurante Limonar 40



Isabel Guerrero, Manuel Méndez, Andrés Jiménez y Javier Muñoz.



Francisco Ladrón y José Manuel Arias.



Abel Talabera, Manuel Freire y Genaro López.



Fernando Caballero, Juan Carlos Robles y Eduardo Molina.



Algunas asistentes al evento en el Limonar 40.



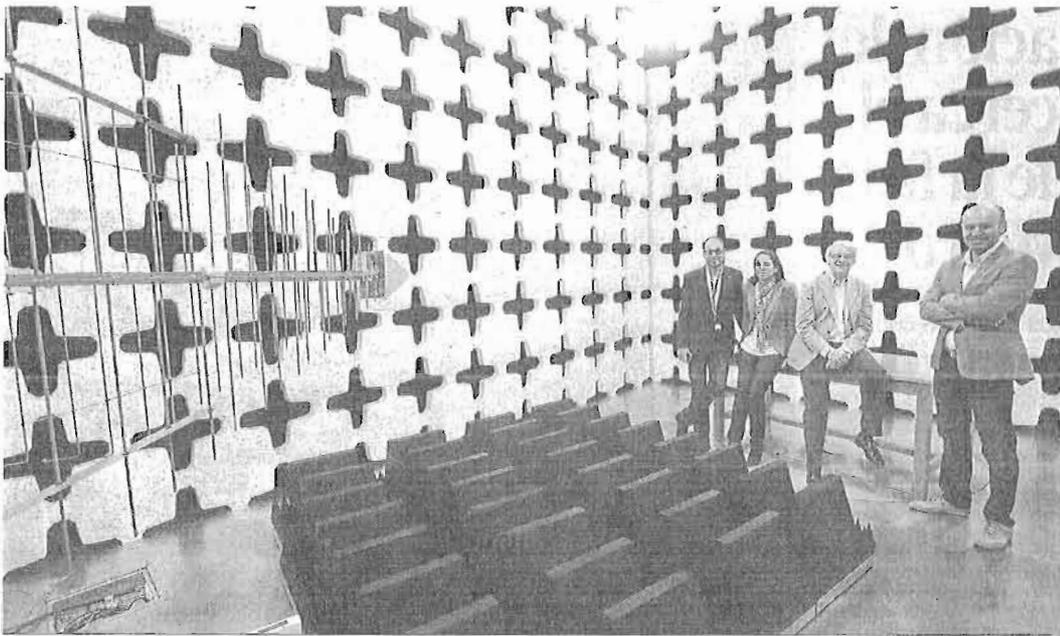
Paz Hurtado posa junto a invitadas al homenaje.

Descongestión en los juzgados. Ayer se celebró la clausura del curso de mediadores concursales organizado por el Colegio de Economistas, Titulares Mercantiles y Censores. Este curso es de vital importancia para los asistentes, ya que el próximo 1 de abril entrará en vigor el Real Decreto 980/2013, que regula el Registro de Mediadores Civiles y Mercantiles de la ley de Mediación y el Registro de Mediadores Concuriales de la ley de apoyo a emprendedores.

El requisito de formación para los asistentes fue de 100 horas en materia Civil y Mercantil. Los 105 alumnos, la mayoría economistas, abogados y titulares mercantiles, formarán el primer Registro de Mediación de España, al que podrán acceder las partes en conflicto, como forma alternativa de resolución de estos. De esta manera, se descongestionarán los juzgados y se acortarán sustancialmente los plazos de resolución.

Por otro lado, el pasado miércoles día 19 de marzo en el restaurante Limonar 40, la Asociación de Directivas, Empresarias y Profesionales, Mujeres de Andalucía (ADEPMA), organizó una comida homenaje a la empresaria Paz Hurtado Cabrera, presidenta ejecutiva de Hutesa Agroalimentaria, una empresa dedicada a la comercialización y exportación de aceitunas de mesa. Hurtado, a su vez, también es presidenta de la comisión de Comercio Exterior de la Cámara de Comercio de Málaga, a la cual acaban de conceder la Medalla de Oro por la Junta de Andalucía el pasado 28 de febrero en Sevilla, y que fue premio ADEPMA 'Mujer Empresaria' en 2011. Durante el coloquio previo al almuerzo, Hurtado realizó un recorrido en la memoria de su vida profesional hasta la empresaria de éxito que es hoy. Al acto asistieron por parte del Ayuntamiento de Málaga María del Mar Martín Rojo, teniente de alcalde delegada del Área de Economía, Hacienda y Personal; y María Esther Molina Crespo, directora general de Promoción Empresarial y Empleo.

MÁLAGA



Fernando Hardasmal, Laura Luque, Luis Fernando Martínez y Andrés Moreno, el equipo directivo de la empresa, ayer en la nueva cámara.

FOTOGRAFÍAS: JAVIER ALGIRAMA

Tecnología propia para hospitales y almacenes

Una de las ramas de negocio de AT4 Wireless es el desarrollo de soluciones propias en RFID y Comunicaciones para los segmentos de salud y logística. Traducido al castellano, están trabajando en cerca de una decena de hospitales en España, siendo el Costa del Sol uno de los pioneros, en mejorar el seguimiento de cada paciente a través de la tecnología. Les colocan unas etiquetas inteligentes en las que, al leerlas con un sensor, aparece todo el historial médico del paciente, qué medicinas debe tomar, cuándo se la han dado, etcétera. Toda esa información aparece en la *pda* de las enfermeras y médicos, evitando así equívocos. Están inmersos además en un proyecto en el que enfermos crónicos no se tengan que desplazar al hospital y aplicando el RFID a la logística de almacenes.

de cualquier sistema. El director general de la empresa comenta que todos los fabricantes de teléfonos móviles y los operadores se están volcando en dos cosas. La primera es investigar cómo alargar la duración de la batería y la segunda es lo que se denomina *Wireless Charging*, es decir, un sistema para cargar el móvil sin necesidad de cables, posándolo simplemente sobre una superficie. También hay ya grupos de trabajo sobre 5G, aunque ahora se está trabajando en el despliegue del 4G. En Estados Unidos, por ejemplo, están muy interesados además en el desarrollo de redes wifi en ciudades.

Para ser competitivo a escala mundial, la empresa —cuyo socio mayoritario es la Junta de Andalucía con el 49,40% del capital, seguida de Sando, La Caixa y Ayesa—

La compañía ha invertido 15 millones desde 2011 y gastará otros 5 este año

tenía claro que había que invertir. En el año 2011 proyectó un plan que contemplaba un desembolso de 20 millones de euros de los cuales ya ha gastado 15. Los cinco millones restantes serán invertidos en 2014 en la actualización de sus instalaciones, aunque no se descarta abrir nuevos centros.

Sus números avalan el interés ya que el año pasado facturó 25,5 millones de euros, un 22,5% más que en 2012, volviendo así a las cifras que tenía antes de vender su principal división a Agilent, y su *ebitda* creció un 50% hasta los 5,6 millones de euros. Eso le ha permitido tener 190 empleados en España y 290 en todo el grupo, un 10% más.

AT4 Wireless amplía su presencia en el PTA e incrementa ventas y plantilla

● La compañía malagueña es uno de los líderes mundiales en la medición de radiación de aparatos electrónicos

Ángel Recio MÁLAGA

La empresa malagueña AT4 Wireless parece vivir al margen de la crisis. En los últimos tres años está creciendo a razón de un 20% anual, aumentando su plantilla, abriendo nuevas instalaciones en España y el extranjero y ha invertido 15 millones de euros. Y eso que en 2012 vendió a la multinacional Agilent Technologies —una spin off de HP— su división de sistemas de medida, un área que representaba casi la mitad de su facturación y en la que había 160 empleados.

AT4 Wireless está especializada en la medición de radiaciones de productos electrónicos para comprobar que no sean nocivas para el ser humano y que no interfieren en el funcionamiento de otros aparatos. Solo hay cinco empresas privadas en el mundo que tienen este tipo de laboratorios y la firma andaluza es una de ellas, siendo el resto grandes multinacionales como SGS o Bureau Veritas. “Es un mercado muy especializado con pocas empresas, aunque somos un poco como David frente a Goliath”, explica Luis Fernando Martínez, director general de la compañía.

Por su laboratorio de Málaga, ubicado en el Parque Tecnológico de Andalucía (PTA), pasan desde

teléfonos móviles hasta máquinas tragaperras y cuenta entre sus clientes con todos los grandes como Telefónica, Vodafone o AT&T, entre otros. Es tal la demanda que se han visto desbordados y han alquilado otro edificio anexo en la tecnópolis malagueña para construir otra cámara de compatibilidad electromagnética. “Estábamos saturados. Teníamos la cámara trabajando con tres turnos diarios y aún así estábamos dando tiempos de espera de cuatro o cinco meses, algo que no es compatible con el mercado”, subraya Martínez. Tienen la segunda cámara operativa desde comienzos de este año y ahora trabajan las dos con cuatro turnos diarios para hacer frente a la carga de trabajo.

La sede central está en Málaga aunque tienen también filiales en Estados Unidos, Taiwán, Chile y el año pasado abrieron un laboratorio en Japón en alianza con Toyo Corporation. En España tiene oficinas en Málaga, Sevilla y Madrid. Si a eso le suman su red de agentes, la firma andaluza tiene presencia en 25 países aunque ofrece sus servicios de certificación y ensayos en 200 estados.

En el campo concreto de las telecomunicaciones, sus laboratorios tienen la capacidad tecnológica necesaria para medir la radiación



Un empleado analiza procesos en un ordenador.

LAS CLAVES

¿Qué es AT4 Wireless?

Es una empresa especializada en la medición de la radiación de productos electrónicos. Fue fundada en 1991 y fue una de las ocho primeras compañías en instalarse en el PTA. Sus actuales accionistas son la Junta de Andalucía (con un 29,39% a través de Idea y otro 20,01% por Veiasa), Grupo Sando (24,525%), La Caixa (24,525%, vía Cajasol) y Ayesa (1,55%).

¿Dónde trabaja?

Tiene tres sedes en España (Má-

laga, Sevilla y Madrid) así como filiales en Estados Unidos (Herridon y San Diego), Taiwán y Chile y un laboratorio en Japón. A través de su red tiene presencia en 25 países y ofrece servicios en 200.

¿Cuáles son sus números?

El año pasado facturó 25,5 millones de euros, un 22,5% más que en 2012 y obtuvo un *ebitda* (beneficio antes de impuestos, intereses y amortizaciones) de 5,6 millones, un 50% más. Tiene 290 empleados en el mundo.

5 DATOS

15.000

Millones de euros en depósitos en el Banco CEISS a Unicaja, así como un mercado de más de un millón de clientes.

15%

El tamaño de la entidad castellana cuando termine su conversión, en cumplimiento de las condiciones impuestas por la Comisión Europea.

241

Millones de euros adicionales en ayudas públicas que el gobierno ha concedido el año pasado para satisfacer los requisitos de Unicaja.

30,66%

Los preferentistas respondieron a la oferta de canje de Unicaja, con un porcentaje inferior al 75% marcado como umbral mínimo en un principio. Unicaja aceptó seguir adelante con la operación, pero en nuevas condiciones.

Estas condiciones, y una nueva inyección de fondos de 241 millones de euros por parte del FROB, en la contrapartida que se puso sobre la mesa Unicaja para retirar la condición de que la aceptación de la oferta de canje de acciones para los preferentistas de CEISS llegara al 75% del volumen total. El canje aceptado por el 60,66% de los preferentistas y el 99% de los no preferentistas. Bruselas comunicó oficialmente la aceptación de los requisitos de Unicaja la semana pasada.

Reducción de tamaño

Según el compromiso adquirido en la Comisión Europea, bajo la tutela de Unicaja Banco CEISS tendrá que reducir su balance en otro 15%, lo que unido al 30% que se acordó en mayo del año pasado sumará que la entidad reduzca su tamaño el 45% respecto al que tenía en 2010. También cerrará un 6% adicional de las oficinas añadidas al que se produjo en mayo, mientras que la plantilla se mantendrá en los parámetros acordados entonces hasta finalizar este año, pero a partir del próximo se deberá acometer una reducción de unos 175 empleos hasta 2016. Además, centrará sus actividades bancarias en la financiación minorista y a las pymes en Castilla y León, Cáceres, con prohibición expresa de financiar actividades inmobiliarias.



Las palmeras canarias afectadas por el picudo rojo son centenarias. :: ALVARO CABRERA

El Ayuntamiento no renueva a la empresa de las palmeras del Parque tras morir 26 ejemplares



En Twitter: @alvaro_frias

Desde el Consistorio explican que la calidad del servicio prestado por Eulen en el mantenimiento de los jardines ha bajado

MÁLAGA. Al contrario de lo que ha sido la actuación general del Ayuntamiento con las empresas encargadas del mantenimiento de las zonas verdes de la localidad prorrogando los contratos, el Consistorio ha decidido no renovar el de Eulen,

que se encarga de estos trabajos en los jardines del centro. Se trata de una decisión que se toma después de que se haya registrado un descenso en la calidad del servicio prestado por la adjudicataria, según explicó ayer el portavoz del PP en el Ayuntamiento, Mario Cortés.

El concejal señaló que existen discrepancias con Eulen después de que se hayan perdido 26 palmeras canarias centenarias en el Parque por la acción del picudo rojo. En este sentido, Cortés indicó que

La empresa defiende su actuación y niega que haya «dejadez» en los trabajos realizados

hay que determinar si la merma en el servicio ha provocado la pérdida de estos ejemplares. De confirmarse, el Ayuntamiento quiere que la empresa corra con los gastos de la reposición, algo que no comparten en la adjudicataria.

El contrato de Eulen para el cuidado de los jardines históricos asciende a 80.000 euros al mes. Si, según el pliego, deben restituir todos los ejemplares que se mueran (en este caso 26 palmeras históricas centenarias del Parque, cuyo repuesto será de 4 ó 5 metros en vez de los 10 actuales, y un coste de 3.000 euros cada una), la empresa tendrá que poner de su bolsillo 78.000 euros.

Varios expertos expusieron a este periódico que los tratamientos con insecticida cada 45 días «son claramente insuficientes y hay que aplicarlos al menos una vez al mes».

Los que efectuaba Eulen en el Parque de Málaga eran cada 45 días, como aseguraron desde el Consistorio, es decir, con una frecuencia que no es la recomendada, de ahí el expediente de inhabilitación que se ha abierto.

Desde Eulen negaron que haya existido «dejadez» o una disminución en la intensidad de los trabajos de conservación y consideraron «desproporcionado» que pueda plantearse un expediente sancionador por la pérdida de las palmeras. Así, insistieron en que han cumplido «de manera estricta» con las indicaciones de los técnicos municipales y con las medidas establecidas por la Junta para el tratamiento de las unidades afectadas por el picudo rojo.

Eficacia de los tratamientos

Apuntaron que la eficacia de los tratamientos contra la propagación de este escarabajo proveniente de Egipto no está garantizada en el cien por cien de los casos. Además, concretaron que, antes de que Eulen comenzase a prestar servicio, ya había afectadas palmeras, que no fueron pinchadas con cánulas de insecticida contra el picudo rojo porque estos ejemplares centenarios ya tenían agujeros de metralla incluso de la Guerra Civil así como otra serie de zonas necrosadas, por lo que esta forma de aplicación podría debilitarlas.

Por ello, en la Junta de Gobierno Local se dio luz verde al inicio del proceso de licitación para los jardines del centro. Por un importe cercano a los dos millones de euros durante dos años, esta medida ha permitido una nueva redacción de las condiciones reguladoras del servicio, en zonas de gran importancia para la imagen turística de la ciudad como el Parque o el Monte de Gibralfaro. «La exigencia en este tipo de parques es mayor que en otros espacios de Málaga, de ahí que el pliego sea más técnico y concreto», manifestó Cortés.

El Consistorio sí ha prorrogado por un periodo de dos años el contrato con las empresas encargadas de la conservación de las zonas verdes del resto del término municipal -RCC, Althenia y Thaler-. El edil señaló que esta medida ha permitido al Ayuntamiento ahorrar 425.000 euros, a pesar de que se ha producido un incremento de 77.000 metros cuadrados en parques y de 335.865 metros cuadrados en espacios forestales. «Este aumento será asumido sin un coste adicional», concluyó.

Iniciativas de la Junta en apoyo de la internacionalización de empresas

:: SUR

MÁLAGA. La Junta de Andalucía ha presentado en Málaga el Programa de Internacionalización de empresas TIC andaluzas, puesto en marcha por la Junta y Telefónica España; así como otras iniciativas, en concreto dos jornadas, que se desarrollarán próximamente en

la provincia y que están relacionadas con el proyecto 'Andalucía Open Future'. El programa fue presentado ayer por el delegado del Gobierno andaluz, José Luis Ruiz Espejo; la directora general de Telecomunicaciones, Susana Radio; y el director para Administraciones Públicas en Territorio Sur de

Telefónica España, Joaquín Segovia. Ruiz Espejo explicó que esta iniciativa apoyará la implantación de hasta ocho empresas andaluzas en el mercado norteamericano, ofreciendo formación y consultoría a desarrollar entre España y Estados Unidos. La duración es de 32 semanas aproximadamente y cuen-

ta con un presupuesto de 120.000 euros.

Esta iniciativa es un proyecto piloto que tiene como objetivo impulsar el emprendimiento basado en la innovación como motor de desarrollo económico y creación de empleo en la región. El plazo de la convocatoria permanecerá abierto hasta el 19 de abril. Se dirige a empresas tecnológicas andaluzas que tengan un producto TIC consolidado y un proyecto de crecimiento internacional viable desde el punto de vista técnico, económico y financiero.



Málaga encabeza los contratos de emprendedores en Andalucía

■ SUR

Málaga encabeza los contratos de emprendedores a nivel andaluz. Así, Málaga (3.300), Sevilla (3.000) y Cádiz (1.200) son las provincias que más han utilizado esta relación contractual. Madrid, Cataluña y la Comunidad Valenciana son las comunidades autónomas donde más contratos de emprendedores se registran.

Randstad, empresa líder en recursos humanos, ha realizado un análisis a nivel nacional y regional del contrato de trabajo indefinido de apoyo a los emprendedores con motivo de su segundo aniversario. Este contrato fomenta la contratación por parte de las Pymes a través de una serie de bonificaciones y deducciones fiscales. En los dos años que lleva activo se han firmado más de 173.000 contratos de este tipo, 11.100 de ellos en Andalucía. Desde su puesta en marcha, más de 66.000 jóvenes menores de 30 años han accedido al mercado laboral con este modelo de contratación. Esta cifra representa el 38,2% del total de contratos realizados.

Lujo del Paladar invierte 150.000 euros en maquinaria para aumentar la producción

La empresa veleña, pionera en la elaboración de ajobacalao, realiza gestiones con cadena de supermercados para ampliar la distribución del producto a Andalucía

AGRICULTURA



■ economía@alariosur.es

MÁLAGA. La joven empresa Lujo al Paladar, dedicada a la producción y comercialización de ajobacalao, plato típico de la gastronomía veleña que la firma ha conseguido introducir en las estanterías de la inmensa mayoría de los comercios de alimentación de la provincia, incluido El Corte Inglés y Eroski, ha decidido apostar por su crecimiento con el objetivo de multiplicar por cuatro su producción e incrementar su facturación durante 2014.

La sociedad, que cumplirá un año el próximo 28 de

enero y que tiene como impulsores a los hermanos José Manuel y Luis Javier Espejo Molina, ingeniero y arquitecto, respectivamente, ha anunciado una inversión de 150.000 euros en la mejora y ampliación de su actual maquinaria con el objetivo de cuadruplicar la producción de ajobacalao, que en 2013 ha sido de unos 25.000 kilos, a la vez que para crear tres puestos de trabajo.

«Nuestro objetivo es saltar a Andalucía, para lo cual estamos negociando ya con una cadena de supermercados con implantación en toda la comunidad autónoma. Si queremos atender la demanda que supondrá abastecer a esta cadena debemos contar con una mayor capacidad de producción, de ahí la adquisición de nueva maquinaria. La idea es alcanzar los 100.000 kilos anuales, explica Luis Javier Espejo.

La empresa ha ampliado su gama de productos du-

DATOS

100.000

kilos de ajobacalao es la producción que Lujo al Paladar quiere alcanzar este año con la adquisición de la nueva maquinaria.

200.000

euros es la facturación que quiere alcanzar en 2014, más del doble de la registrada este año.

rante este primer año de funcionamiento con la elaboración de croquetas de ajobacalao y de bacalao, principalmente dirigidas al sector de la hostelería, y la venta de bacalao de Islandia de primera calidad. El

objetivo de la sociedad para este nuevo ejercicio es alcanzar los 200.000 euros de 3 facturación.

Vida útil más larga

Según los hermanos Espejo, uno de los grandes éxitos de este primer año ha sido haber conseguido alargar la vida útil del producto a 40 días, y además sin ningún tipo de conservante y aditivo, por lo que sigue siendo un plato cien por cien natural «Cuándo salimos por primera vez al mercado en enero de 2012 la vida útil del ajobacalao de Lujo al Paladar era sólo de una semana. Alargarla ha sido posible gracias al sistema de elaboración, que es muy cuidadoso y limpio. Además podemos presumir de que tiene el mismo sabor desde el primero al último día», asegura Luis Javier.

El empresario señala que la Lujo al Paladar no quiere crecer demasiado rápido. «Nuestro objetivo es mantener nuestra calidad, que es

lo que nos ha servido para darnos a conocer, y seguir ampliando la gama de productos», declara.

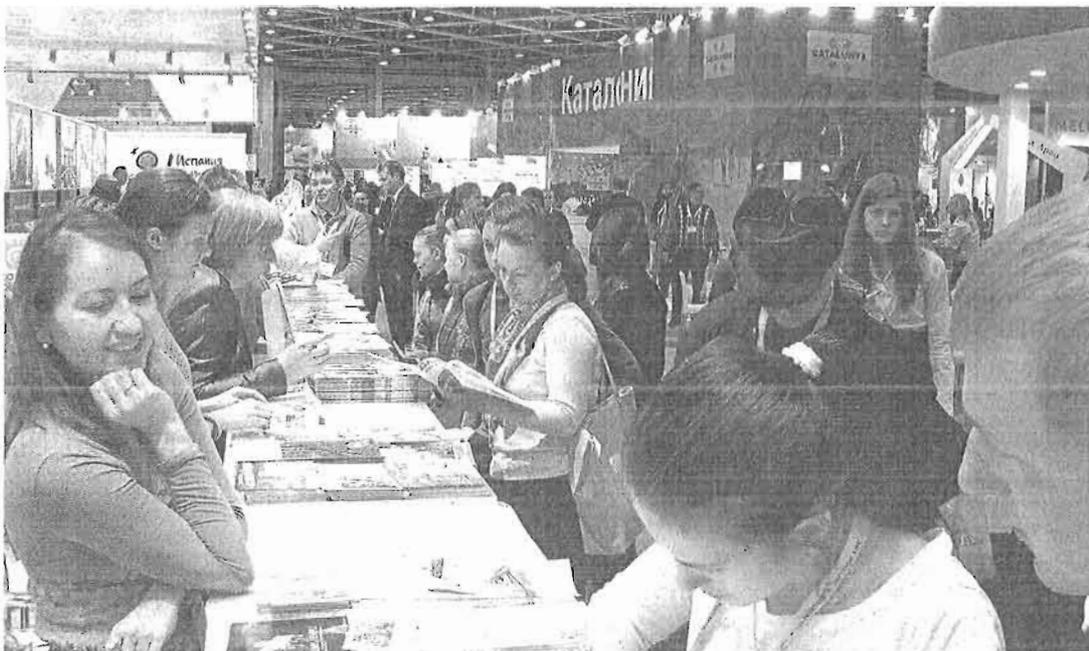
«Creemos que este primer año de funcionamiento nos ha servido para dar a conocer y promocionar el producto. Hemos conseguido sacar al mercado las croquetas de bacalao y las ajocabalao, y además hemos ampliado nuestra oferta con la venta de bacalao de Islandia de calidad suprema. Elaboramos nuestros propios palitos y lomos de bacalao, lomos que llegan a tener hasta nueve centímetros, algo que no se ha visto nunca en Málaga, por lo que el balance que hacemos de este primer año de vida es bastante positivo», asegura Javier Espejo.

Lujo al Paladar participará el próximo mes de marzo, bajo el paraguas de Sabor a Málaga, en el salón del Gourmet de Madrid, y Alimentaria, en Barcelona, para promocionar nuestro producto Era de Málaga

Unicaja abona hasta 3.000 euros a quienes traspasen sus fondos de inversión

■ SUR

La entidad financiera Unicaja ha puesto en marcha una nueva campaña por la que abona a los clientes que traspasen sus fondos de inversión desde otras entidades un 1% sobre la cantidad traspasada, con una bonificación máxima de 3.000 euros. La campaña, que se prolongará hasta el 31 de diciembre, es exclusiva para los traspasos externos cuyo destino sean fondos de inversión garantizados de Unicaja Banco. Esta iniciativa incluye, además de una alta bonificación, los beneficios fiscales de los fondos de inversión, que posibilitan el traspaso de un fondo a otro sin tener que pagar peaje fiscal. El abono de las bonificaciones se hará efectivo durante los diez días siguientes al último día de comercialización del fondo y se hará efectiva mediante abono en la cuenta vinculada al fondo. Además, se ha lanzado al mercado un nuevo fondo de inversión garantizado de rendimiento variable, denominado Unifond Bóisa Garantizado.



Los profesionales rusos, demandando información en los mostradores de los destinos andaluces en la MITT de Moscú. :: sur

La MITT de Moscú constata que la conquista andaluza del turismo ruso no será inmediata

La Junta, el Patronato, el Ayuntamiento y los empresarios vuelven convencidos de que es un mercado potente «en el que hay mucho que trabajar»

PII MARTÍNEZ

MOSCÚ. La MITT, la feria más importante del turismo de Rusia donde 190 países se disputan los viajes de una población de 143 millones de personas con una floreciente clase media y un otra con un poder económico más que alto, cerró ayer sus puertas constatando que la conquista andaluza de este mercado, no será inmediata. Este evento, que por pri-

mera vez ha contado con el respaldo de numerosos empresarios respaldados por el consejero de Turismo de la Junta, Rafael Rodríguez, la vicepresidenta de la Diputación, Kika Caracuel, o el concejal de Turismo de Málaga, Damián Caneda, también ha dejado claro que para posicionar a estos destinos como referencia del turismo vacacional de España no se puede bajar la guardia, sino todo lo contrario. De ahí que todas las administraciones hayan confirmado que multiplicarán las acciones promocionales a profesionales, al cliente final y en portales 'on line' o redes sociales para reducir la ventaja que les lleva zonas como Cataluña, que concentra el 62% de los turistas rusos que llegan a España, si bien la Costa del Sol es el destino que en

porcentaje lidera los destinos españoles en los que estos viajeros gastan más.

El consejero de Turismo y Comercio de la Junta, Rafael Rodríguez, explicó: «tenemos un gran potencial como destino capaz de ofrecer todo lo que esta nueva generación de viajeros rusos demandan. Otros destinos llevan años trabajando en este segmento y ahora toca que descubran Andalucía para convertirla en la referencia vacacional de España». En este sentido, Kika Caracuel valoró la presencia y el esfuerzo de la Costa en la MITT y señaló que por parte del Patronato se van a triplicar las acciones promocionales exclusivas en este mercado, en el que ya se cuenta con una estructura permanente para trabajarla día

a día. Asimismo, Damián Caneda insistió en que es preciso que los rusos tengan un mayor conocimiento de la Costa del Sol para así poder la capital despegar como complemento ideal al mayor reclamo que es el sol y playa, al que le siguen las compras, la oferta cultural y la gastronomía.

Por su parte, el presidente de los hoteleros de la Costa del Sol y de Andalucía, José Carlos Escribano, que ha mantenido en la MITT contactos con los profesionales catalanes que llevan dos décadas siendo el polo de atracción de rusos en España, instó a que es necesario trabajar en una estrategia de marca única para evitar que la fuerza que se precisa para reducir las ventajas establecidas se disperse. Además, señaló que por parte de los empresarios es necesario formarse para trabajar de forma acertada en un país que es muy complicado dado que la mayoría de los turistas que viajan fuera solo dominan el ruso y son incapaces de leer el cartel más simple que no aparezca en cirílico.

La MITT abrió con luces y sombras por la crisis de Crimea y cerró ayer con esperanzas de que Andalucía avance en su conquista turística.

Las pernoctaciones crecerán un 16,2% en abril por el «efecto Semana Santa»

SUR

MÁLAGA. Las pernoctaciones hoteleras crecerán un 16,2 por ciento en Andalucía en abril, impulsadas por la celebración de la Semana Santa, que en 2013 cayó en marzo, lo que situará el acumulado del primer cuatrimestre en 10,5 millones de estancias, un 6,5 por ciento más que el pasado año. Se espera que los establecimientos hoteleros andaluces registren 3,9 millones de estancias el próximo abril y que el promedio de ocupación ronde el 50 por ciento ese mes, con crecimientos interanuales de ambos indicadores en todas las provincias, según un informe de la Consejería de Turismo consultado por Efe.

Más de un tercio de las estancias previstas en abril se producirán en Málaga, con 1.512.000 (+12,1%), seguida de Granada con 520.000 (+24,6%), Cádiz con 509.000 (+29,4%), Sevilla con 492.000 (+10,4%), Huelva con 316.000 (+21,2%), Almería con 293.000 (+7,3%), Córdoba con 177.000 (+16,7%) y Jaén con 82.000 (+25,1%).

Los mayores niveles de ocupación se registrarán en Málaga (60% de las plazas), Sevilla (58), Granada (54) y Córdoba, todas ellas por encima del promedio regional. En marzo se dará la situación inversa, ya que al haberse celebrado en 2013 en ese mes la Semana Santa, este año se esperan resultados inferiores tanto en estancias como en ocupación.

En concreto, la Consejería calcula que se contabilizarán 2,86 millones de estancias hoteleras en la comunidad andaluza, un 6 por ciento menos que en 2013, y que la ocupación será del 40 por ciento, lo que supone una bajada de casi dos puntos.

Para el periodo enero-abril se mantiene la tendencia alcista que se prolonga desde mayo del pasado año, con 10.520.000 estancias, 644.000 más que en el mismo periodo de 2013, lo que representa un incremento del 6,5 por ciento en términos relativos.

RINCÓN DE LA VICTORIA

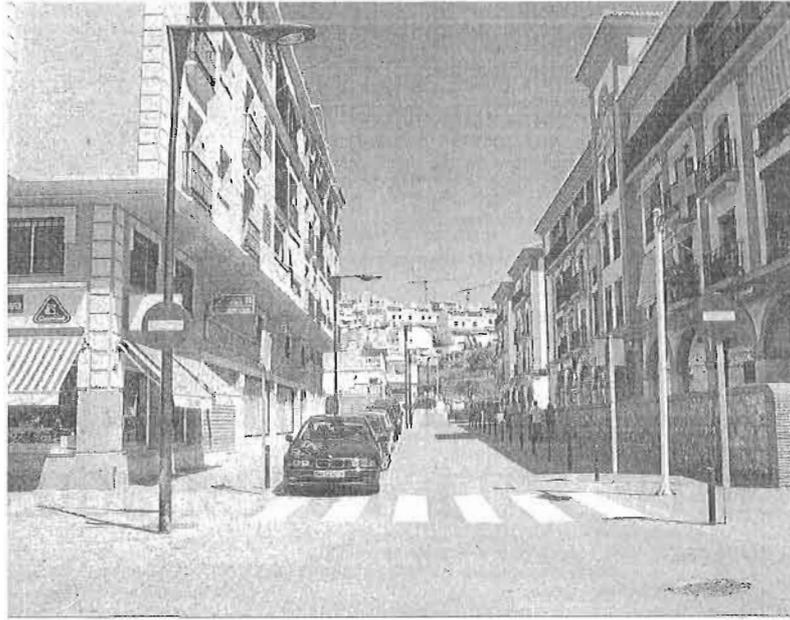
M. Cortés RINCÓN DE LA VICTORIA

Los empresarios quieren más aparcamientos en el centro de Rincón de la Victoria. Piden más plazas en rotación que permitan dinamizar las ventas en los comercios del municipio. La concejalía de Vía Pública, Comercio y Movilidad ha tomado buena nota y está manteniendo reuniones de trabajo con la Asociación de Comerciantes y Empresarios de Rincón de la Victoria (ACERV) con el objetivo de elaborar un plan de actuación y reordenación del aparcamiento en la vía pública.

"Hay que empezar por eliminar plazas reservadas a la carga y descarga que son innecesarias. La crisis ha hecho que muchos negocios cierren y que sobren este tipo de aparcamientos. Hay que revisarlos y adaptarlos a las circunstancias actuales y a la evolución de comercio", expresó el presidente de la Acerv, José Antonio Villodres quien también considera que hay que cambiar los horarios de este tipo de plazas reservadas para favorecer a los clientes. "No tiene sentido que no se pueda estacionar de dos a cinco de la tarde cuando los comercios están cerrados, y sin embargo, es la hora punta para la hostelería", argumentó el empresario quien también propuso que el horario de carga y descarga finalice a las siete de la tarde y no a las nueve como está actualmente. "Son dos horas para compras rápidas que dan un margen a los clientes, y por tanto, a los comerciantes", afirmó Villodres. "Hay mucha descompensación con esos horarios ininterrumpidos. Mantenerlos hasta las nueve de la noche es excesivo. Lo que queremos con estos cambios es favorecer a la hostelería, a los comercios y por supuesto, que salga beneficiados los clientes", apostilló el presidente de la Acerv quien insistió en que la crisis "ha cambiado el mapa comercial". En la misma tesitura se mueve, la edil de Vía Pública, Comercio y Movilidad, Marta Marín (PP) quien resumió

● El Ayuntamiento mantiene reuniones con los comerciantes para favorecer las compras

Menos carga y descarga y más aparcamientos



Una calle en el entorno del centro comercial abierto.

tes", apostilló el presidente de la Acerv quien insistió en que la crisis "ha cambiado el mapa comercial". En la misma tesitura se mueve, la edil de Vía Pública, Comercio y Movilidad, Marta Marín (PP) quien resumió

que con el plan de actuación que están elaborando "se trata de conseguir optimizar al máximo el espacio de estacionamiento en el municipio para beneficiar a ciudadanos y empresarios". Así, según anun-

ció, se pondrán en marcha medidas encaminadas a ajustar los horarios de las zonas de carga y descarga atendiendo a las necesidades reales de los empresarios. "De esta forma, obtendremos más espacio para

aparcamientos libres en superficie que podrán usar los ciudadanos", destacó Marín.

Asimismo, la concejal explicó que mantendrá reuniones con la empresa concesionaria del aparcamiento público subterráneo para negociar y establecer una serie de estrategias destinadas a promocionar estos estacionamientos con el fin de dinamizar el Centro Comercial Abierto. "No es normal que el parking de la plaza de la Constitución tenga dos plantas vacías. Hay que buscar fórmulas de promoción y de ofertas comerciales que nos permiten potenciar su uso", apostilló Villodres. "No estamos mal pero hay que estar mejor. Tenemos mucho futuro por eso hay que convencer al vecino de que haga sus compras en el centro de Rincón. Hay que darle todas las comodidades, y eso implica,

José Antonio Villodres
Presidente de Acerv

La crisis ha hecho que muchos negocios cierren y sobren este tipo de aparcamientos"

aparcamientos. Tenemos que abaratar los del parking porque no podemos tener una instalación pública muerta", insistió el presidente de los empresarios locales.

Por su parte, el alcalde de la localidad, Francisco Salado (PP), indicó que "estas reuniones culminarán en acciones que van a beneficiar tanto a ciudadanos como a empresarios. Ahora que la economía no está en sus mejores momentos, es necesario encontrar caminos de unión para dinamizar los negocios de nuestro municipio y favorecer las compras a los comercios locales".

COSTA DEL SOL

El turismo de congresos y de lujo toma posiciones en Alemania y en Rusia

El presidente del Patronato destaca el "sobresaliente" comportamiento de ambos mercados

R. L. MÁLAGA

La Costa del Sol participa durante la próxima semana en dos acciones promocionales puerta a puerta para consolidar el turismo de Congresos, Reuniones y Lujo en un mercado estratégico, como es el alemán, y en otro emergen-

te, como es el caso de Rusia, ante una veintena de agencias. En este sentido, el presidente del Patronato de Turismo Málaga-Costa del Sol, Elías Bendodo, destacó el "sobresaliente" comportamiento que han exhibido el pasado año los dos mercados a los que se dirige esta acción.

"En el alojamiento hotelero, tanto alemanes como rusos han aumentado el número de viajeros por encima del 11 por ciento, y, lo que es más importante, las pernoctaciones también se han incrementado casi un 8,6% y un 6% respectivamente", afirmó. La primera de estas acciones se desarrollará del 24 al 28 de marzo en el sur de Alemania, concretamente, en las ciudades de Stuttgart, Aushburgo y Munich, y junto al Patronato de Turismo Málaga-Costa del Sol viajarán tres empresas locales, tal y como informó la Diputación Provincial en un comunicado.

Allí, la delegación costaleña mantendrá una decena de citas preconcertadas con agencias de viaje locales, con el objetivo de difundir las novedades del destino en el segmento de Congresos y Reuniones. La segunda de las iniciativas se circunscribe al mercado ruso, que el pasado año "ha despuntado en la Costa del Sol". El formato que se llevará a cabo allí es similar al que se desplegará en Alemania, con tres empresas de la provincia participando en una

puerta a puerta.

MARBELLA

Inicio de las obras del vial que finaliza en el polígono de San Pedro

El equipo de gobierno dice que se da respuesta a las demandas de los ciudadanos

R. L. MARBELLA

El Ayuntamiento de Marbella, a través de la delegación municipal de Obras y Servicios Operativos, iniciará hoy las obras que finalizarán el acerado del vial que une el paso sobre el Río Guadaiza y el polígono in-

dustrial de San Pedro Alcántara, conocido como carril del Potril. El concejal del ramo, Javier García, explicó que la actuación, que se ha completado en varias fases, era muy demandada por los vecinos de Nueva Andalucía al ser un camino muy transitado tanto por peatones como por vehículos. "El equipo de gobierno da respuesta con esta actuación, que se prolongará durante tres semanas, aproximadamente, a las reivindicaciones de los vecinos de La Campana que utilizan este vial a diario", ha manifestado García.