



CONFEDERACIÓN
DE EMPRESARIOS
DE MÁLAGA

DOSSIER DE PRENSA DIARIO

FECHA: 09 DE JUNIO DE 2014

EL PSOE pide más apoyo a las 100.000 pymes de Málaga y critica la asfixia impositiva

► El secretario provincial, Miguel Ángel Heredia, lamenta los impuestos que soportan los autónomos

EUROPA PRESS MÁLAGA

■ El secretario general del PSOE de Málaga y diputado nacional, Miguel Ángel Heredia, reclamó ayer un mayor apoyo para las más de 100.000 pequeñas y medianas empresas (pymes) de la provincia. Además, criticó la «asfixia», por parte del Gobierno central, a los autónomos.

Junto a la secretaria de Economía de la socialista malagueña, Inmaculada Agüera, Heredia, que visitó ayer la empresa Avanzada 7 en el Parque Tecnológico de Andalucía (PTA), trasladó el «respaldo» de su formación al tejido empresarial y que su «prioridad» es el empleo.

Esas más de 100.000 pymes daban empleo en 2013 a 150.319 trabajadores. Asimismo, señaló que más del 80% de los proyectos de la provincia son impulsados por autónomos, según los datos de la Confederación de Empresarios de Málaga (CEM). Por ello, criticó

que el Gobierno «esté rebajando impuestos a las grandes empresas mientras que asfixia a los autónomos y no apoya a nuestras pymes».

«El Gobierno tiene que arrimar el hombro», dijo, incidiendo en que la cifra de autónomos en la provincia, con datos de abril, ascendía a 100.163. «A estos 100.000 trabajadores y trabajadoras y a estas 100.000 empresas que son la base de nuestro tejido económico, el Gobierno del PP los está asfixiando a impuestos», criticó.

También se pronunció respecto a la reforma fiscal que, según el Ejecutivo, aprobará antes de fin de este mes y que recortará el impuesto de sociedad del 30% al 25%. «Mientras que ahoga a impuestos a autónomos y a las pymes, la mayoría de ellas sin empleados, el Gobierno se coloca de parte de las grandes empresas con un marco fiscal a medida», lamentó.

El Ayuntamiento impulsa una iniciativa para el acceso de las pymes a créditos

E. P. MÁLAGA

■ El Ayuntamiento de Málaga ha puesto en marcha el denominado proyecto Tándem, que tiene como objetivo ayudar a las pequeñas y medianas empresas (pymes) a obtener las fuentes de financiación necesarias para desarrollar sus negocios. Esta iniciativa se desarrollará con la colaboración del Banco de Sabadell, aunque no se descarta la incorporación de nuevos inversores.

La concejala de Promoción Empresarial, Ana Navarro, y el director de zona del Banco Sabadell en Málaga, José Carlos Sainz, firmaron el jueves el acuerdo de colaboración para promover el tejido empresarial. El Instituto Municipal para la Formación y el Empleo (IMFE) consigue ampliar así las expectativas de financiación de las empresas, superando los márgenes económicos que determina el consolidado programa de microcréditos.

El proyecto Tándem, según explicó la edil, se desarrollará en dos etapas: una primera, de carácter formativo y, la segunda, dedicada a la obtención de financiación. La primera será hasta octubre para conocer la realidad de cada iniciativa. Después se buscará financiación entre los inversores colaboradores del proyecto.

Málaga

La exportación marcha a ritmo de récord en Málaga mientras repunta la demanda interna

► Las medidas del BCE para enfriar el euro y mejorar la venta exterior traen nuevas expectativas tras la subida del 28% en el primer trimestre ► Los economistas animan a las firmas locales a mantener la tendencia y a afianzar el superávit comercial

JOSÉ VICENTE RODRÍGUEZ MÁLAGA

► @josevirodriguez

■ Las exportaciones en Málaga marchan a ritmo de récord en este 2014, tras cerrar el primer trimestre con un incremento de casi el 28% sobre el mismo periodo del año anterior y un total de 415,4 millones de euros, según los datos de la Agencia Andaluza de Comercio Exterior (Extenda). La proyección final para el ejercicio se situaría así en los 1.660 millones, una cifra que pulverizaría la mejor marca registrada hasta la fecha por Málaga correspondiente a los cerca de 1.500 millones que se alcanzaron en 2011 en ventas al exterior.

Tal posibilidad es más factible después de que el Banco Central Europeo (BCE) haya sacado esta semana toda su artillería pesada con una serie de medidas encaminadas a tratar de inyectar liquidez al sistema productivo y combatir el riesgo de deflación, algo que de paso busca debilitar el euro y dar, por tanto, un nuevo impulso a las exportaciones comunitarias, según explica el vicedecano del Colegio de Economistas de Málaga y presidente de la escuela de negocio Esesa, Antonio Pedraza. A su juicio, el buen dato exportador de Málaga sería aún más necesario ahora que la demanda interna muestra síntomas «incipientes» de recuperación que han hecho también incrementar las importaciones un 18%, algo que no ocurría desde 2011.

Cifras

Pedraza tilda de «espectaculares» las últimas cifras exportadoras de la provincia y anima a seguir redoblando el esfuerzo exportador para mantener la balanza comercial en superávit. De hecho, Málaga ha sufrido tradicionalmente un déficit endémico en su balanza,



Descarga de contenedores en el Puerto de Málaga. GREGORIO TORRES

En la provincia hay más de 4.000 firmas exportadoras, pero sólo 600 venden al exterior con asiduidad

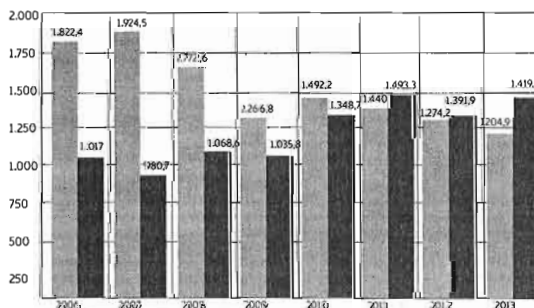
presarios de Málaga (CEM) han recordado que el incremento de las exportaciones ante la caída del mercado interior es una de las pocas cosas buenas que ha dejado la crisis, ya que ha obligado a la empresa malagueña a implantar el chip de la internacionalización. La Cámara de Comercio de Málaga, por su parte, viene demandando desde hace tiempo que las empresas apuesten cada vez más por el mercado global en aras a obtener una mayor competitividad.

Más empresas exportadoras

En la provincia hay más de 4.000 firmas exportadoras, según los datos de Extenda, pero sólo algo más de 600 se dedican al comercio exterior de manera continua, es decir, como estrategia de negocio. Este núcleo de empresas es así la responsable de hasta el 85% de las exportaciones malagueñas ¿Cuál es el objetivo de la Cámara? A medio plazo, que en Málaga haya unas 5.000 firmas que exporten con regularidad, lo que equivaldría al 10% del empresariado de la provincia. Para eso, habría que multiplicar por ocho el número actual de empresas malagueñas que tienen en la exportación una estrategia consolidada. Dentro de esta estrategia, la Cámara de Comercio de Málaga está visitando este año un total de 14 países a través de una docena de misiones comerciales y turísticas para abrir o afianzar mercados. La Cámara espera la participación de un centenar de empresas en estas misiones -un 20% más que en el pasado año, el 2013-.

Evolución de la balanza comercial

MILLONES DE EUROS



Fuente: Extenda. Importaciones ■ Exportaciones ■

DPTO. INFOGRAFÍA | LA OPINIÓN

que alcanzó un récord negativo de 950 millones en 2007, en plena auge de consumo. En aquel año, Málaga importó mercancías por valor de 1.924 millones y exportó productos por tan sólo 980.

La crisis y el desplome del consumo interno, sin embargo, obligaron progresivamente a las empresas a lanzarse al mercado exterior. De 2007 a 2013 las exportaciones han subido un 45% y las importaciones se han reducido casi un 40%. El resultado es que en 2013 hubo un superávit de 215 millones, con 1.420 millones en ventas al exterior y sólo 1.205 en importaciones.

En los últimos tiempos, diversas voces de la Confederación de Em-

Málaga

Los foros de La Opinión DE MÁLAGA

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DE LAS FRANQUICIAS



JOSÉ MARÍA LARA

► HOLAMOBI

► Esta empresa malagueña nace en 2012 y a partir de 2013 comienza a expandirse como franquicia. Se trata de un negocio en el que trabajan con multioperadores y diversos servicios relacionados con la telefonía móvil. Actualmente existe 70 establecimientos repartidos por toda la geografía española.



ALEJANDRO DOVAL

► CLÍNICA AVANTDENT

► Abordan todos los servicios que se pueden ofrecer a través de una clínica dental. Nace en el seno de la ciudad en 2008 y dos años más tarde dan el salto a Melilla. El año pasado se consolidaron como franquicia y uno de sus objetivos es tener cien clínicas en un periodo de cinco años.



MERY OAKNIN

► D-BEATY GROUP

► D-Beaty Group lleva nueve años en el mercado y trabaja en el ámbito de la estética. Desde que nacieron aquí en Málaga han abierto a lo largo de este tiempo hasta 150 centros repartidos por el mundo. Cuentan con una fuerte presencia en diversos países de Latinoamérica.



CAROLINA LÓPEZ

► MCDONALDS

► Carolina es una franquiciada con veinte años de experiencia dentro de la hostelería. Actualmente está al mando de cinco McDonalds repartidos por la ciudad aunque en su trayectoria ha llevado hasta ocho, entre ellos, el primero que aterrizó en la ciudad en 1986, en el que era entonces Pryca Los Patios.

Franquiciar, una oportunidad para emprender o expandirse

Alternativa ► Para combatir la falta de empleo, miles de personas se decantan por emprender en los últimos años y muchas de ellas deciden invertir en un negocio con trayectoria y una marca ya reconocida pero, ¿está todo hecho? Durante un foro en La Opinión de Málaga algunos franquiciadores y franquiciados explican que se esconden detrás de este mundo

Melanie Soler
MÁLAGA

@Melanie_Soler

■ La falta de empleo y necesidad de reincorporarse al mercado laboral o entrar por vez primera en él empuja a cientos de personas a emprender. El vértigo a reinventarse o llevar a cabo un proyecto personal es una cuestión que hace que muchos no vean factible poner toda la carne en el asador y deciden hacerlo bajo el paraguas de una marca como franquiciadores pero, ¿es garantía de éxito? ¿hay un manual para saber si esa era la opción adecuada?

Empresarios que han decidido convertir su negocio en franquicia u otros que han apostado por formar parte de una empresa como franquiciados se reunieron hace unos días en la sede de La Opinión de Málaga para abordar esta y otras cuestiones en un foro organizado por el Club de Marketing. Una charla distendida en la que puntualizaron: esta alternativa no

es la panacea a todos los males económicos actuales pero es una opción a barajar.

La rentabilidad, la reputación de la marca o la capacidad de innovar son algunos de los factores que debe tener en cuenta la persona que estudia la posibilidad de adentrarse en este mundo. Cuestiones que se encuentran detrás de una marca, tal y como apuntó Mery Oakning, una de las directoras de Beatygroup, una empresa del ámbito de la estética con sello malagueño que ha cruzado el charco y está en varios países de América del Sur.

Uno de los representantes de 'holaMOBI, una empresa local que distribuye de manera oficial diversos operadores de móviles, José María Lara, detalla que el franquiciado debe aportar un valor añadido y el mejor argumento para que alguien se decante por esta opción -la de introducirse en este negocio- es que esté satisfecho con la empresa y su forma de trabajar. Y es que todos los integrantes de la mesa coincidieron en

La relación entre franquiciador y franquiciado, fundamental para que no se creen conflictos

Un tercio de las franquicias que hay en Andalucía se concentran en Málaga, según un estudio de la patronal

que se trataría de un error pensar que la persona que se pone al frente de este nuevo reto no debe aportar algo que le haga diferenciarse del resto y la competencia, a pesar de trabajar bajo unos parámetros delimitados por el mismo sistema que conforma ser una franquicia.

«Franquiciador y franquiciado se constituyen como socios y si no es así, no hay éxito. Para crecer tienen que ir juntos porque para no entorpecer tu imagen tienes que cuidar con quien te unes», expresó Carolina López, cara visible de cinco McDonalds de la provincia.

La solvencia dentro del sector y capacidad de reproducirse, claves fundamentales para convertirse en una franquicia, según informó el director de la clínica dental Avantdent. Pero no a todas las empresas se les puede dar el mismo tratamiento ya que el sector en el que trabajan, público que tratan, entorno y otras cuestiones como las dimensiones de la empresa en sí misma afectan de manera determinante.

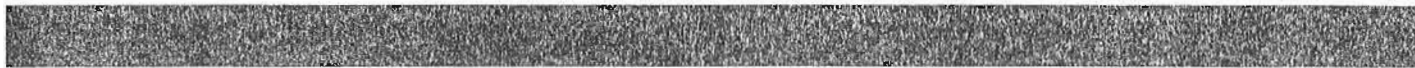
Un ejemplo de ello es la empresa Taco Bell, un cadena de comida completamente consolidada en EEUU que lleva presente en Málaga cuatro años y trabaja en asentar la imagen. El responsable de marketing de la marca, Alfonso Navarro, asegura que trabaja codo a codo con EEUU para detallar la estrategia a seguir. Y es que estos es otro de los puntos que se expuso sobre la mesa: ¿directrices delimitadas o control y supervisión?

La formación que ofrecen en mayor o menor grado las franquicias nutren de los conoci-



mientos necesarios a los nuevos integrantes para conocer cómo trabajan, qué cosas pueden hacer y cuáles deben consultar ante posibles dudas. Las mesas ejecutivas son uno de los instrumentos que utilizan para debatir algunos aspectos para que cada uno exponga su opinión.

La orientación y nivel de acercamiento con el franquiciado dependerá de la estructura empresarial. El gerente y director de Copyrap, Juan de Dios Carvallo, explicó que el negocio de copistería e impresión que ha franquiciado es de índole familiar y a la hora de abrir un nuevo local se



JUAN DE DIOS CARVALLO
► COPYRAP

► Copyrap, una empresa familiar dedicada al servicio de copistería e impresión que ha evolucionado con los años y nació hace veinte años. En los últimos años se han decantado por convertirse en franquicia y cuentan con hasta catorce centros repartidos desde Velez-Málaga a Fuengirola.



ALFONSO NAVARRO
► TACO BELL

► Llegó hace seis años a España y desde entonces han implantado doce establecimientos por toda la península. En Málaga se introdujeron hace cuatro años y la empresa aún trabaja como máster franquicia en el país. El reto: asentarse por completo y conseguir que su marca adquiera mayor cuota de mercado.



IÑAKI AUDICANA
► YELMO CINES

► No es una franquicia pero se gestiona como unidad de negocio y tiene varias sedes repartidas por diversas provincias. En España cuenta con 39 cines, tres de ellos ubicados en Málaga. Busca nuevas líneas de negocio e introducir sectores complementarios a su principal gestión: los cines.

CLAVES DE LAS FRANQUICIAS

Valores de la marca

1 El negocio debe ser atractivo. La marca, imagen, cuentas... Todo suma a la hora de convertirlo en franquicia o adquirirlo como tal

Comunicación entre los socios

2 Una buena interacción entre ambos lados siempre ayudará a lidiar con las dudas del día a día

Valor añadido

3 El franquiciado debe aportar la diferencia al negocio dentro de la uniformidad de la gran marca.

Falta de regulación

4 La legislación es uno de los obstáculos del sector. Sin una regulación específica que les legisle, hasta ahora solo existe una asociación que los aglutina. Reforzar este apartado, una asignatura pendiente.



cuida mucho quién va a ser la cara visible, ya que requiere de unos conocimientos específicos. «Cada tienda es un mundo», sentenció. Y es que una mala gestión de una de las tiendas franquiciadas sumado con una comunicación no fluida puede motivar una crisis en la reputación de la propia marca. Un aspecto que todos los integrantes coincidieron en afirmar que hay que evitar por todos los medios. Iñaki Audicana, director publicitario de la cadena de cines Yelmo Films, explicó que la expansión de un negocio aguarda una clave que no todos saben ver: «El

secreto es consolidar en cada uno de los sitios que llega cada una de sus unidades». Para ello es necesario conocer bien la empresa, las características del lugar donde se prevé una nueva apertura y ver el grado de implicación y sentir de la marca por parte del nuevo franquiciado. La imagen que avala la empresa es un aspecto fundamental en cualquier ámbito pero no todas las franquicias juegan con las mismas ventajas. Algunas están consolidadas desde hace años y sus objetivos son completamente diferentes a aquellas que se intentan hacer un hueco en el mercado del

sector que abordan. La publicidad y estrategia de marketing que llevan a cabo es una pata más de este entramado y a pesar de forman parte de un sistema de franquicias sobre la mesa se desmintió que absolutamente todo está regido desde arriba. En las acciones publicitarias de ámbito local suele existir libertad por parte del franquiciado para decidir qué puede ir mejor para su negocio en concreto. Existen unos parámetros que se deben respetar pero cada lugar ofrece ciertos matices para conectar con el público y hacerse con las exi-

gencias que demanda el propio entorno. Un ejemplo muy ilustrativo para comprender este concepto y que se expuso fue el de McDonalds y su oferta de gazpacho en la Costa del Sol. Todos los establecimientos del mundo ofrecen los productos básicos pero las características de la zona hacen propicio oferta este producto, algo impensable en lugares tan dispares como Finlandia o Valladolid. Esta misma situación se da en 'holaMOBI' que según la zona y la competencia que exista en el área donde están asentados ofrecen una horquilla de precios mayor o

menor. Es decir, no son cifras cerradas con las que trabajan, se adaptan a las circunstancias.

Problemas

Las trabas burocráticas e incluso el vacío legal en determinados aspectos son alguno de los problemas que plantean los que conciben en primera persona este ámbito. Es por ello que lo primero que debería tratarse es la creación de un real decreto de franquicias, según indicó otro de los gestores de 'holaMOBI', Jaime Abehsera. En la actualidad existe una asociación pero no hay ningún decreto específico para este colectivo que denuncia la falta de regulación.

A la hora de salir del país para continuar con la expansión empresarial las carencias son más latentes, según indicó Mery Oakning. En caso de saltarse los pasos establecidos para estos casos, actúe fuera de la ley. Aspectos que en otros países están subsanados y la legislación está más avanzada y agiliza y facilita el salto fronterizo.

Aspectos que deben limarse para hacer más fácil la apertura de nuevos negocios. Y es que la Asociación Española de Franquiciadores (AEF) representa al 72 por ciento de la facturación del sector a nivel nacional. Según su estudio anual, en España hay casi 1.100 centrales franquiciadoras con cerca de 60.000 establecimientos y 242.000 empleados (entre propios y franquiciados). Dentro de este potencial tejido empresarial, Málaga aporta un total de 37 enseñanzas —un tercio de las existentes en Andalucía—, que tienen desplegadas por España más de 1.200 locales con una plantilla de 3.850 personas. Moda, estética y belleza, hostelería, servicios e informática son los segmentos más representativos.



Un cliente observa la maqueta de una promoción de viviendas en la pasada edición del Salón Inmobiliario del mediterráneo (SIMed). GREGORIO TORRES

Más la mitad de las casas que se venden en Málaga lo hacen ya sin recurrir a hipoteca

► Extranjeros e inversores reaniman las compras con pagos al contado ► El cliente local, sin opciones por el paro y la falta de crédito

JOSÉ VICENTE RODRÍGUEZ MÁLAGA
► @josevirodriguez

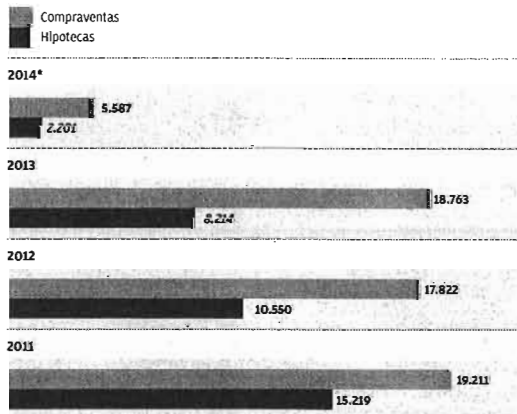
■ Tal y como se percibió en el tramo final del pasado año, la venta de viviendas en Málaga está repuntando en 2014 gracias al tirón de las operaciones cerradas por ciudadanos extranjeros e inversores nacionales, aunque la demanda de los malagueños continúa prácticamente «congelada». La prueba es que sólo el 40% de las compraventas realizadas este año se están viendo acompañadas de la firma de una hipoteca, la tasa más baja que se recuerda de la historia reciente. En los tres primeros meses del año se han efectuado casi 5.600 compraventas, un 11% más que en el mismo periodo del año anterior, mientras que se han formado tan sólo 2.200 nuevas hipotecas, con un descenso interanual del 14%.

La secretaria general de la Asociación de Constructores y Promotores de Málaga (ACP), Violeta Aragón, confirma esta dinámica, que está contribuyendo a dar salida al stock de viviendas que tienen paralizado al sector inmobiliario, con Marbella y sus alrededores como epicentro de la zona de reactivación. El stock de viviendas en la provincia está cuantificado en unas 15.000 inmuebles, según la ACP, aunque instancias como Analistas Económicos de Andalucía o el Colegio de Arquitectos de Málaga

LOS DATOS

Evolución del mercado inmobiliario en Málaga

* EN 2014, LOS DATOS SON SÓLO DEL PRIMER TRIMESTRE



Fuente: INE

DPTO. INFOGRAFÍA ► LA OPINIÓN

lo elevan al entorno de entre las 35.000 y 40.000 unidades. Las compras de extranjeros, vinculadas al fenómeno del turismo residencial y vitales para el mercado inmobiliario de la Costa del Sol, son «muy bienvenidas» aunque no esconden que el sector sólo comenzará a recuperar el pulso cuando el comprador de la propia tierra vuelva a incorporarse a la compra. Según la ACP, la demanda natural de la población malagueña es de unas

20.000 viviendas al año, aunque la crisis y la altísima tasa de paro (el 36,5% de la población activa en Málaga) mantiene maniatados a esos potenciales compradores. La otra cara, por supuesto, son los bancos, que ahora mismo no está para nada interesados en dar hipotecas, a no ser por supuesto para deshacerse de los pisos embargados que han acabado en su propia cartera.

El vicedecano del Colegio de Economistas de Málaga, Antonio

Pedraza, constata que las hipotecas no son ahora mismo el producto más apreciado ahora mismo por las entidades financieras. Primero, porque la histórica coyuntura de bajos tipos de interés mantiene al Euribor en el entorno del 0,5% y 0,6%, por lo que, pese al diferencial que pueda aplicar cada banco el rédito final no es atractivo en un préstamo a tan largo. Segundo, porque el sistema de las cláusulas de suelo está siendo anulado por diferentes sentencias judiciales. Y tercero, porque el sistema financiero aún tiene muy presente el «empacho» que le dejó la «burbuja inmobiliaria», que todavía se está digiriendo.

«No hay un deseo de la banca de potenciar ahora mismo el mercado de las hipotecas», reconocía Pedraza este pasado viernes en la presentación del Barómetro Económico de Málaga.

Tampoco las medidas adoptadas por el Banco Central Europeo (BCE) beneficiarán de forma directa a la concesión de préstamos hipotecarios, ya que los 400.000 millones de euros que se facilitarán a bancos de la zona euro con vencimientos a cuatro años para préstamos a empresas y particulares excluyen el tema hipotecario. Así que a los constructores no les queda otra que seguir esperando a que la mejora de la economía se palpe y a que el paro comience a bajar. Sólo entonces, el ciudadano

MERCADO HIPOTECARIO

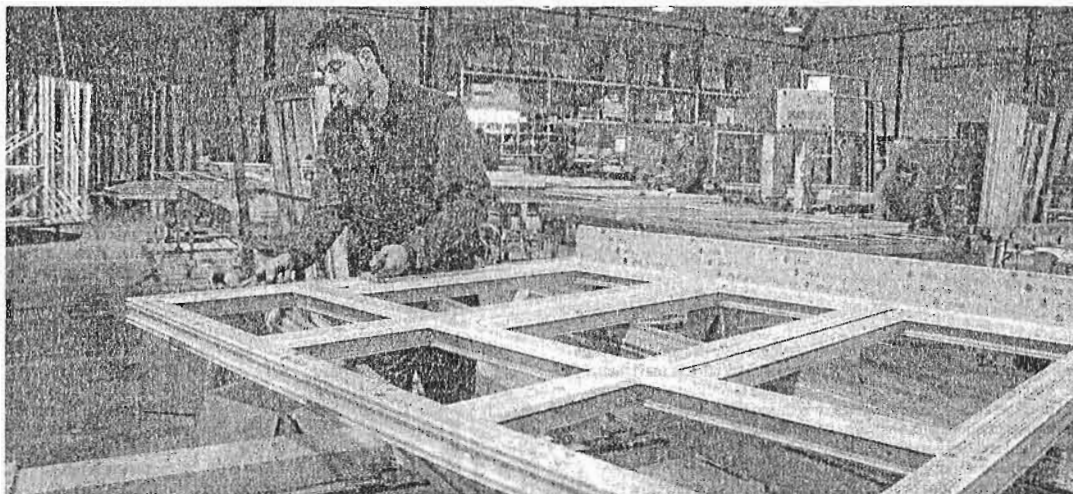
HIPOTECAS AL AÑO Y PRÉSTAMO MEDIO

HIPOTECAS	PRÉSTAMO MEDIO
59.803	2006 157.182 €
54.581	2007 165.581 €
34.281	2008 159.826 €
24.172	2009 120.872 €
22.858	2010 120.133 €
15.219	2011 116.216 €
10.550	2012 112.843 €
8.214	2013 107.791 €
2.201	2014* 107.542 €

Fuente: INE *2014, hasta marzo

medio y los propios bancos comenzarán a replantearse la concesión de hipotecas.

El año 2006 marcó la cúspide del mercado hipotecario, con casi 60.000 préstamos concedidos. El 2013 se cerró con poco más de 8.200, lo que supone una caída del 87% en relación a la época de la burbuja. El radical cambio también se trasladó al préstamo medio otorgado por los bancos: si allá por 2007 la hipoteca se movía en los 165.000 euros ahora la media es de 105.600. El descenso obedece en parte a la bajada del precio de los pisos pero también a que los bancos, que antes concedían el 100% del importe acudiendo a sobretasaciones de viviendas, ahora sólo dan entre el 50% y el 60%. El resto lo tiene que sufragar el cliente con una entrada.



El cambio de ventanas por otras de mayor calidad acústica y térmica ha sido la principal petición de los ciudadanos. :: SUR

El plan de la construcción sostenible agota los fondos previstos para Málaga



IGNACIO LILLO

✉ lillo@diariosur.es

Los 28,5 millones destinados se han gastado en solo dos meses, con el cambio de ventanas y la instalación de toldos como medidas estrella

MÁLAGA. Si estaba interesado en hacer alguna mejora en su vivienda con ayuda, ya tendrá que esperar. Los últimos 30.000 euros destinados a Málaga dentro del Plan de Impulso a la Construcción Sostenible en Andalucía se gastaron a las 14.30 horas del pasado viernes. La provincia ha consumido en solo dos meses los 28,5 millones de euros que le fueron asignados conforme a su peso poblacional. Se suma de esta forma a Granada, Jaén, Córdoba, Huelva y Almería, que han ido alcanzando este hito en las últimas semanas. La Consejería de Econo-

mía, Innovación, Ciencia y Empleo puso en marcha el programa el 1 de abril, a través de la Agencia Andaluza de la Energía.

A día 6 de junio, en la provincia se han realizado 4.747 solicitudes de incentivos y reserva de fondos, según los datos aportados por la Junta. Estas conllevarán una inversión superior a los 43,5 millones (se tiene en cuenta la parte que tienen que aportar los ciudadanos que solicitan las ayudas). La renovación de ventanas y acristalamientos es la categoría más demandada, con un 55% del total de las actuaciones. Seguida, a mucha distancia, por los elementos de protección solar y sombreado (toldos), con un 7%. También destaca la renovación e incorporación de Led en iluminación interior (un 6%) y los equipos de energía solar para agua caliente, con un 4%. El aislamiento en cerramientos, cubiertas y suelos ha supuesto un 3% de las actuaciones. La Junta pone entre el 40 y el 90% del coste total.

El consejero de Economía, José Sánchez Maldonado, mostró su satisfacción por el éxito de la convocatoria. «Estamos contentos, el programa está funcionando bien y va

a ser un revulsivo importante para el sector de la construcción en Andalucía», comentó, en declaraciones a SUR. «Esperamos que con el plan de empleo joven y con el que llevamos ahora para desempleados mayores de 30 años pongamos nuestro grano de arena para acelerar el proceso de creación de empleo que ya ha comenzado».

Los incentivos se financian con fondos europeos y pasarán por un estricto control de revisión y supervisión antes de ser aprobados finalmente, según estas fuentes.

LAS CIFRAS

4.747

solicitudes de ayudas han hecho los ciudadanos para mejoras de sostenibilidad en sus hogares.

55

es el porcentaje de actuaciones que se han pedido para la renovación de ventanas.

De ahí que se prevé la apertura de un período de repesca, a finales de septiembre, para volver a poner en el mercado el dinero de aquellas reservas que no cumplan los requisitos o en las que el usuario decida no seguir adelante, para garantizar que el 100% se invierta en los usos previstos.

La repesca, en septiembre

En este punto, es importante tener en cuenta que los interesados deberán entregar a la empresa homologada con la que hayan acordado el presupuesto tres certificados, en los que se ponga de relieve que no tienen deudas con la Agencia Tributaria, ni la Seguridad Social ni la Junta. Este requisito viene impuesto por la UE y es obligatorio. La entrega de las ayudas no se hará hasta comprobar que la solicitud cumple con todas las normas.

En el ámbito regional, se han recibido más de 25.000 solicitudes de incentivos o reservas previas de fondos para inversiones de ahorro, eficiencia energética, mejora de instalaciones y uso de fuentes renovables en edificios. Gracias a ellas se movilizará una inversión superior a los 211,4 millones.

Una plataforma virtual difundirá las empresas 'spin off' en Marruecos

R. L. MÁLAGA

La Universidad de Málaga (UMA) presentó ayer una plataforma virtual denominada EBT-UMA, cuyo objetivo es difundir las empresas surgidas del entorno universitario dentro de un proyecto transfronterizo con Marruecos. Además, la plataforma es un canal de comunicación e intercambio de diferentes servicios que fomenta la cooperación entre las firmas integrantes de la misma. Dicha plataforma constituye la actuación que le ha correspondido elaborar a la Univer-

sidad de Málaga dentro del proyecto Poctefex de Cooperación Transfronteriza entre España y Marruecos, denominado Idara, en el que participa la institución académica junto a la Diputación.

La presentación se llevó a cabo en un acto al que asistieron representantes de las *spin-off* universitarias, así como la rectora de la UMA, Adelaida de la Calle; el diputado provincial de Presidencia, Carlos Conde, y el director de Secretariado de Innovación y Emprendimiento de la UMA, Rafael Ventura. La rectora se mostró "muy satisfecha"

por la capacidad de internacionalización de las empresas que "conlleva el funcionamiento de la plataforma", mientras que el representante de la Diputación felicitó a la UMA por el esfuerzo que realiza "para mantener activa la antorcha para generar empresas". Por su parte, Ventura recordó que en los 18 años de vida del programa *Spin-Off* de la Universidad de Málaga se ha premiado a 110 empresas. Un total de 61 forman parte, por ahora, de la nueva plataforma. El objetivo general de Idara se centra en favorecer el desarrollo económico sostenible de España y Marruecos, mediante formas novedosas de cooperación público-privada, "contribuyendo a la puesta en valor de los recursos naturales y culturales vinculados a las cuencas fluviales y a la implantación de modelos de decisión política y gestión pública".

La Opinión 07 JUN. 2014

ECONOMÍA

INNOVACIÓN

SABER MÁS

Jornadas para informar a pymes sobre financiación no bancaria



Invercaria, la empresa pública de capital riesgo de la Junta, organiza el próximo día 11 junto a Foro Capital Pymes, unas jornadas sobre herramientas de financiación no bancaria, centradas especialmente en la ampliación de capital y en los presta-

mos participativos para empresas andaluzas. Foro Capital Pymes es una plataforma que permite a las firmas presentar su proyecto empresarial a la comunidad inversora, nacional e internacional. Las jornadas se desarrollarán en dos sesiones: por

la mañana, en Sevilla, en el Pabellón de Italia, situado en Cartuja, y por la tarde en el Parque Tecnológico de Andalucía (PTA) de Málaga. Están dirigidas a pymes con un proyecto de internacionalización, adquisición o innovación que requiera financiación.

40 talleres gratuitos para pymes sobre innovación y tecnología

● Se impartirán desde el 12 de junio en los CADE andaluzes y se pueden solicitar en la web de la Consejería de Economía

R. E. SEVILLA

La directora general de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información de la Consejería de Economía, Susana Radío, anunció ayer la puesta en marcha el Plan de Formación *Súbete al tren de la innovación TIC*, que ofrecerá 40 talleres gratuitos para pequeñas y medianas empresas (pymes) sobre el uso de las nuevas tecnologías y métodos de innovación que pueden fortalecer y hacer más competitivos sus negocios.

Radío, acompañada por la delegada territorial de Economía de Sevilla, Aurora Cosano, y el director de área de Formación de la CEA, Alfonso Díaz, explicó que las actividades van dirigidas a pymes, micropymes y autónomos andaluzes de todos los sectores productivos y contemplan una serie de talleres gratuitos que comenzarán a impartirse el próximo 12 de junio.

En concreto, se trata de cinco cursos presenciales que se impartirán en los Centros de Apoyo al Desarrollo Empresarial (CADE) de cada una de las ocho provincias andaluzas. Los talle-



Reunión celebrada ayer en la que se dio luz verde a la celebración de los talleres.

res, con una duración de cuatro horas cada uno, tendrán una metodología muy didáctica, contenidos prácticos y expondrán casos reales para aprender a resolver problemas particulares de las empresas.

Los cursos se pueden solicitar ya a través de la web de la Consejería de Economía (www.juntadeandalucia.es/economia-innovacioncienciayempleo), un espacio donde también se puede consultar el calendario de formación durante todo el mes de junio y los centros donde se impartirá cada taller.

Los contenidos de los cursos versan sobre temáticas de actualidad y aquéllas que centran muchas de las preocupaciones de las

pymes en su esfuerzo por mejorar la competitividad en la nueva economía digital. Así, en el taller *Gestión empresarial para pymes cloud* se tratará el concepto de *cloud computing* para que los empresarios conozcan cómo la gestión en la nube de recursos y procesos puede reducir costes y hacer más eficientes sus negocios.

En el curso *Seguridad informática para tu empresa* los asistentes podrán adquirir conocimientos para analizar la seguridad de su empresa y conocer los mejores métodos para proteger sus sistemas de información, mientras que en el curso *Social CRM*, las empresas entenderán la importancia de gestionar la información, los datos y el conoci-

miento adquirido a través del trato con sus clientes. Esto les permitirá ser más eficaces en la toma de decisiones comerciales.

Por otra parte, el taller *Nueva economía y desarrollo de negocio* ofrecerá a los empresarios la formación necesaria para entender el cambio que ha supuesto la Sociedad del Conocimiento e Internet y aprenderán cómo funciona una empresa 2.0, así como el valor añadido que aporta a la productividad, calidad y competitividad de sus negocios.

Finalmente, el taller *Innovación como motor del cambio* enseñará las nuevas tendencias emergentes y el valor de la innovación como parte de la filosofía de una empresa.

Google y Cotec lanzan una guía para incorporar a las empresas al mundo digital

R. E. MADRID

Google y la Fundación Cotec han publicado la guía práctica *Diario de una pyme en internet*, con el que quieren animar a las pymes a incorporarse al mundo digital. Este proyecto recoge los principales pasos que debería de seguir una pequeña empresa para aprovechar las oportunidades que ofrece internet, las redes sociales, el comercio electrónico y las nuevas herramientas informáticas a la hora de gestionar mejor su negocio.

Los expertos explican que, en España donde el 99,9% del tejido empresarial son pymes y el 95,7% microempresas con menos de 10 empleados, es fundamental mejorar la productividad y competitividad para que crezcan y se consoliden. A su juicio, las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) han demostrado ser un instrumento que contribuye eficazmente a lograrlo, potenciando su innovación.

Siguiendo una iniciativa de Google España, patrono de Cotec, se exploró la manera en que las pymes se acercan a las nuevas tecnologías y a internet, llegando a la conclusión de que reproducir, en forma de diario, los pasos que deben dar para asimilarlas, era una vía muy acertada de demostrar tanto la naturalidad con que se puede afrontar este reto como las ventajas que una inteligente adopción de estas herramientas tiene para su actividad.

Una red de empresas promueve los encantos naturales de Málaga

La Gran Senda se consolida como ruta deportiva, comercial y turística además de como plataforma de apoyo a las pymes

DESARROLLO



MARI CARMEN JAIME
economía@diariosur.es

MÁLAGA. Pocas veces una iniciativa de promoción de emprendedores atina tantas labores de promoción y desarrollo económico alrededor de una provincia. La Gran Senda de Málaga, proyecto para generar oportunidades de negocio a través de la puesta en valor de los encantos naturales, turísticos y deportivos de todo el territorio malagueño, es un claro ejemplo de este planteamiento que ya ha consolidado su actividad y avanza en la apuesta por fortalecer el tejido económico de todos sus participantes.

Esta iniciativa, promovida por la Diputación de Málaga y financiada por los Fondos Feder en el marco de la convocatoria Poctefex, cuyo objetivo general es favorecer el desarrollo económico sostenible de la provincia, propone a propios y extraños completar una ruta que bordea el territorio para conocer pueblos, además de entornos de amplio valor medioam-



La ruta promocional hace especial hincapié en los pueblos de interior. :: M. C. J.

biental. Al mismo tiempo, permite a las empresas participantes -una amplia red conformada por pymes tan variadas como un servicio de catering, hospedajes de turismo rural o entidades de organización de eventos deportivos- mejorar su formación profesional de cara a avanzar en la gestión del negocio.

Así, además de consolidar la promoción de la Gran Senda como complemento turístico para quienes visitan Málaga, esta red organiza numerosas propuestas dirigidas a empresarios. La próxima tendrá lugar el 11 de junio en el auditorio Edgar Neville de la Diputación, que ya se ha quedado pequeño por el interés generado entre empresarios, y en la que participarán Juan Merodio y Emilio Duró. Es-

tas jornadas analizarán los sectores que componen las entidades del proyecto, darán a conocer las claves y herramientas con las que debe tra-

bajar un buen emprendedor así como la importancia del posicionamiento en redes sociales, y su uso como plataforma de promoción.

EL PROYECTO

► **En qué consiste.** Promover el tejido empresarial de la provincia mediante la creación de una red que conecta los pueblos de interior.

► **Actividades.** Impulsar ofertas de ocio al visitante y crear una red de trabajo en favor del desarrollo de las pymes que forman parte de esta actividad pionera.

Asesoramiento

Desde la coordinadora de la iniciativa, destacan que «un recorrido como la Gran Senda de Málaga genera oportunidades de empleo y negocio, por ello, se ha desarrollado este programa que presta un servicio de asesoramiento y colaboración con las empresas ya constituidas o en vías de constituirse, con la intención primordial de seguir formando a las personas emprendedoras de cara a que su actividad empresarial continúe, sea rentable, duradera en el tiempo y genere el máximo empleo posible».

Supeco abre su primer centro en Málaga

:: SUR

MÁLAGA. Supeco ha abierto su primer establecimiento en la provincia de Málaga en la localidad de Antequera. El nuevo centro emplea a 33 personas de la zona y la compañía estima que se generan además, más de 60 empleos indirectos en la zona. Supeco Antequera cuenta con una sala de ventas de 1.500 m², siete cajas de salida, un mostrador de carnicería tradicional y parking con 71 plazas. El centro, que ofrece horario ininterrumpido de lunes a sábado (y domingos autorizados por ley) de 9 a 22 horas, centra su política comercial en ofrecer precios muy competitivos en productos de alimentación (frescos y envasados), entre los que juegan un papel predominante los

proveedores locales. Con más de 3.000 referencias, incluye además un surtido específico orientado al sector de la restauración.

El nuevo establecimiento basa su fortaleza comercial en secciones tradicionales como la carnicería y la frutería, que se abastece con productos locales como Prolongo, Doblado Torres, Conservas Alsur, Hojiblanca, Patatas Paco, Sánchez Melero, Horno Antequerano, entre otros. En total, Supeco cuenta con la presencia en sus lineales de más de 300 artículos de más de 20 proveedores de la zona. Supeco Antequera es, estéticamente, más parecido a un 'cash' que a un supermercado convencional, ya que se ha simplificado la presentación de los productos y la estética del centro.

Empresas buscan negocio en Finlandia y Noruega

:: SUR

MÁLAGA. Seis empresas malagueñas participan en una misión comercial que visita Finlandia y Noruega de la mano de la Cámara de Comercio de Málaga, con objeto de establecer acuerdos comerciales y alianzas para promocionar sus productos en estos mercados nórdicos.

En la misión, que se encuentra encabezada por la presidenta de la Comisión de Comercio Exterior de la Cámara, María Paz Hurtado Cabrera, participan las firmas: Ascensores Embarba, ascensores; Inesma (repre-

sentando a la firma de iluminación Solydi), del sector industrial; Ingelabs, nuevas tecnologías; Anna Luna Cosmetic, sector cosmética y belleza; Vid Distribuciones, del sector ocio, y, Allee Gestión Inmobiliaria, del sector inmobiliario. Los empresarios han mantenido contactos con firmas locales en Helsinki y Oslo, donde, además de las reuniones de carácter empresarial, se han celebrado reuniones con la Embajada de España Noruega, con la Cámara de Comercio Hispano-Noruega y con la Cámara de Comercio de Oslo.

Todos en contra



Elena Ramón

José López-Tafall es presidente de la Asociación Eólica.

"INCOMPRESIBLE"

Los directivos de la Asociación Eólica, presidida por José López Tafall, dijeron ayer que la nueva regulación es "incomprensible y profundamente injusta", y discrimina a la eólica.



P. Dávila

José Donoso es director general de Unef.

"INSEGURIDAD JURÍDICA"

Desde Unef, patronal fotovoltaica, dicen que la nueva norma "ahonda en la ruptura de la seguridad jurídica y la arbitrariedad", y no ha contado con las alegaciones del sector.



Mauricio Slipsky

Javier Rodríguez, director general de Acogen.

"PÉRDIDAS"

Acogen, patronal del sector de cogeneración, dice que "se despeja la incertidumbre pero crece la preocupación para las plantas paradas y en pérdidas". Esperan a ver los desarrollos pendientes.



Elena Ramón

José Miguel Villarig preside Appa.

"DEMAGOGIA"

La asociación de renovables Appa denuncia "la demagogia" del Gobierno con la nueva ley, que supone señalar al sector como "el culpable de todos los males" del mercado eléctrico.

Las renovables recibirán 142.000 millones hasta 2040

NUEVA REGULACIÓN/ El Gobierno aprobó ayer el recorte de 1.700 millones al año en subvenciones verdes, lo que provocó fuertes críticas del sector.

Miguel Ángel Patiño, Madrid
El Consejo de Ministros aprobó ayer el nuevo Real Decreto que reestructura al completo las subvenciones (primas) que reciben las energías renovables, con un ajuste millonario que ha provocado las iras del sector.

El nuevo sistema fija un tope de rentabilidad del entorno del 7,4%, que podrán recibir las instalaciones de renovables vía subvenciones de aquí al final de su vida útil, junto a los ingresos que tengan compitiendo en el mercado libremente.

Con el nuevo sistema, el Gobierno estima que las renovables recibirán este año 7.014 millones, frente a los 8.685 millones de euros que recibirían sin el ajuste. Es decir, el recorte se eleva a unos 1.700 millones. Trasladado en el tiempo, sumaría más de 25.000 millones de ajuste durante su vida útil.

A pesar de todo, las renovables seguirán recibiendo cuantiosas subvenciones, según el Gobierno. El Ministerio de Industria ha fijado una vida útil de entre 20 y 30 años para las instalaciones que hay

en funcionamiento. Las últimas en entrar a funcionar dejarán de percibir subvenciones antes de 2044. El Ministerio de Industria, a cuyo frente está José Manuel Soria, calcula que, hasta entonces, las renovables percibirán un total de 142.000 millones de euros, sobre todo las fotovoltaicas y las termosolares.

Desde el año 1998 hasta el año 2013, las instalaciones renovables, de cogeneración y residuos, han percibido más de 56.000 millones de euros en primas, siempre de forma adicional a lo que estas instalaciones han percibido por su participación en el libre mercado. Desde 2012,

hay una moratoria en el sector de renovables. El Gobierno no da licencias para nuevas instalaciones con derecho a recibir subvenciones. Esto no quiere decir que esté prohibido instalar renovables, pero si una empresa lo hace, será asumiendo que no recibirá primas.

Concursos competitivos
Queda abierta, no obstante, la posibilidad de que se concedan licencias para instalaciones con subvenciones, pero siempre con procedimientos restrictivos basados en concursos competitivos. Se otorgarán a las que se comprometan a recibir menos primas. El

recorte a las renovables forma parte de la reforma del sector eléctrico para reducir sus costes. El Gobierno justificó ayer la nueva normativa de renovables, que ha tardado casi un año en ver la luz, porque los costes de las primas verdes en el sistema eléctrico se dispararon un 800% desde 2005, alcanzando en 2013 más de 9.000 millones.

Este y otros ajustes previos en el sector ya han dado lugar a un rosario de pleitos en los tribunales españoles y arbitrajes internacionales en distintos órganos, como el Ciadi, en EEUU. Fondos y grupos internacionales como NextEra (Florida Power), Antin (BNP) y Rreef (Deutsche Bank) han denunciado al Gobierno español y se esperan más litigios, como el de RWE.

Ayer, todas las asociaciones de renovables, o de industrias afectadas por los recortes, criticaron duramente a Industria. Hubo reacciones desde Appa, Acogen, Unef, Asociación Eólica, Ascer (azulejos, que usan cogeneración), Apeyl (renovables de Castilla y León), y Adap (tratamiento de purines).

Solares más que eólicas

64.000 millones

Las fotovoltaicas recibirán de aquí hasta el final de su vida útil 64.000 millones de euros. Son las plantas que más recibirán, junto a termosolares, que cobrarán 31.000 millones.

19.000 millones

Algunas eólicas se van a quedar sin subvenciones, pero otras seguirán recibiendo primas. Se estima que hasta el final de su vida útil percibirán 19.000 millones de euros



El ministro de Economía, Luis de Guindos, junto al presidente de Bankia, José Ignacio Goñigolzarri, en un acto público. JUANJO MARTÍN / EFE

España inicia por sorpresa el reembolso parcial del rescate a la banca con ingresos de Bankia

Quiere devolver 1.300 millones de euros, que deberá aprobar el Mede, aunque no tenía que pagar nada hasta 2022

AMPARO ESTRADA

MADRID. El Gobierno buscaba un golpe de efecto que reforzara la credibilidad de España en los mercados y en su capacidad para devolver las deudas. Para ello ha decidido realizar una devolución parcial del préstamo europeo de 41.300 millones recibido a finales de 2012 para rescatar a las entidades financieras en

riesgo de quiebra. Aunque el préstamo tenía un periodo de carencia de 10 años, por lo que no había que devolver nada hasta 2022, el Gobierno ha aprovechado los ingresos recibidos por la venta del 7,5% de Bankia por parte del Fondo de Reestructuración Ordenada Bancaria (FROB) para comenzar a devolver ya una parte del préstamo del Mecanismo Europeo de Estabilidad (Mede).

«Lo hacemos porque podemos», declaró la vicepresidenta del Gobierno, Soraya Sáenz de Santamaría, en la rueda de prensa posterior al Consejo de Ministros, quien resalta que esto «mejorará la confianza en la economía de nuestro país» y permi-

tirá ahorrar intereses. En febrero de este año, el Estado vendió un 7,5% de su participación en Bankia por 1.304 millones de euros, lo que le reportó una plusvalía de 136 millones de euros respecto al precio al que adquirió estas acciones. En diciembre de 2013, vendió Novagalicia Banco al grupo venezolano Banesco por 1.003 millones de euros en pago a plazos.

Este rescate al sector financiero, que fue calificado en su momento como un «préstamo en condiciones muy favorables» por el ministro de Economía, Luis de Guindos, ya que a los diez años del periodo de carencia se unía un plazo de devolución

de entre doce años y medio y 15 años, y un tipo de interés en torno al 0,5%. El Mede ofreció una línea de crédito de hasta 100.000 millones de euros, pero el Ejecutivo se limitó a los 41.300 millones, de los que 17.959 millones fueron a BFA, matriz de Bankia que, en total, recibió ayudas públicas por más de 22.400 millones de euros; 9.080 millones fueron a Catalunya Banc; 5.425 a NCG Banco; y 4.500 millones a Banco de Valencia. Además, se inyectaron 2.500 millones en la Sareb y se sanearon las cuentas de Liberbank, Caja3, BMN y España-Duero (CEISS).

No obstante, España necesita la aprobación del consejo de administración del Mede, en el que están representados los países de la eurozona, para devolver anticipadamente los 1.300 millones de euros, según explicó un portavoz de la institución. La devolución no es automática, España debe notificarla oficialmente al Mede y el consejo de administración del fondo decidirá cuándo lo aprueba. En todo caso, no parece que vaya a oponerse ningún país de la eurozona.

Industria consume, 10 meses después, el hachazo a las renovables

JORGE MURCIA

MADRID. El Consejo de Ministros dio ayer luz verde al real decreto que fija el marco retributivo de las energías renovables, de cogeneración y tratamiento de residuos, y que sustituye al sistema de primas. Un hachazo cuantificado en 1.700 millones de euros –las empresas afectadas hablan casi del doble– y que se hace oficial diez meses después de que el Gobierno lo anunciara al comunicar los detalles de la reforma eléctrica. El ministro de Industria, Energía y Turismo, José Manuel Soria, justifica el recorte con el argumento de que continuar con el modelo anterior «hubiese ido a una quiebra del sistema».

Con el nuevo modelo, los pagos se calculan a partir de la inversión realizada en cada instalación tipo –Industria ha fijado más de 1.400 estándares–, y sus años de vida útil. Una retribución referenciada a las obligaciones del Estado a 10 años más 300 puntos básicos, que en todo caso deben garantizar una rentabilidad «razonable» del 7,4% para las instalaciones actuales, y del 7,5% para las que entren en un futuro.

Una vez se apruebe la orden ministerial que desarrolla los parámetros retributivos –seguramente la próxima semana– se abrirá la veda para una previsible cascada de demandas judiciales en base a una «ruptura de la seguridad jurídica», tal y como denuncia la Unión Española Fotovoltaica (UneF). La Asociación Empresarial Eólica (AEE), a través de su director general, Luis Polo, califica de «incomprensible y profundamente injusta» la normativa aprobada por el Gobierno.

Los pequeños productores de energía fotovoltaica, agrupados en Anpier, han convocado el 21 de junio a una manifestación en Madrid frente al Ministerio de Industria, Energía y Turismo «para mostrar la situación de ruina, indefensión y desesperación que soportan».

El automóvil arrastra la mayor subida de la producción industrial en cuatro años

J. A. BRAVO

MADRID. Los fondos públicos inyectados en el Plan PIVE, que se prolongará hasta finales de año tras aprobar el Gobierno ayer su sexta edición –con un presupuesto de 175 millones de euros–, parecen estar sirviendo para algo más que para renovar

el parque automovilístico español. El efecto arrastre de la fabricación de vehículos, que se incrementó un 13% durante el primer cuatrimestre, propició que el índice de producción industrial (IPI) aumentara un 4,3% en ese mismo periodo, en lo que es su mayor subida desde marzo de

2010, según el INE. Y es que si bien todos los sectores industriales, excepto el energético, registraron avances entre enero y abril, ninguno fue comparable al de la automoción. En abril, por ejemplo, su producción se disparó un 29,6%, frente al 1,6% que lo hizo la tasa general. Y si hablamos de la fabricación de componentes, piezas y accesorios para vehículos, la subida anual del su índice fue del 11,8%.

Sin olvidar el efecto de los filtros estadísticos –sin ellos, la tasa de producción descendería un 2% anual y tendría una línea de fuertes altiba-

jos en los dos últimos años–, lo cierto es que el índice del sector manufacturero suma seis meses al alza, pues no caía (-1%) desde octubre.

La fabricación de productos informáticos y electrónicos ha sido el otro gran motor de la industria –creció un 20% hasta abril–, aunque su peso en el conjunto aún sigue siendo relativamente menor. Otro sector destacado es el alimentario, con un avance anual próximo al 4%, secundado por la metalurgia. Por el lado contrario, el suministro de energía sigue reduciendo su aportación negativa (-1,3% en el cuatrimestre).

El nuevo modelo de Seat, a Chequia

La cúpula del grupo Volkswagen ha adjudicado la fabricación del modelo híbrido entre turismo y todoterreno (SUV) de Seat a la planta de la firma Skoda en Kvasiny (República Checa). La compañía alemana justifica la decisión en que los costes laborales allí son bastante menores y, además, tiene más espacio. El vehículo, sin embargo, ha sido diseñado en Barcelona.

Directivos de grandes empresas destacan la potencia de España en el sector de lujo

Expertos advierten en el Foro La Zagaleta del gran activo que supone el idioma español

:: HÉCTOR BARBOTA

MARBELLA. La deteriorada percepción que en el país existe de lo que se denomina 'Marca España' no guarda ninguna relación con la potencia que esa misma marca tiene en la mayor parte de los países extranjeros, donde supone la mejor puerta de entrada para la los productos españoles de calidad e incluso para los que compiten en el difícil sector del lujo. Así lo destacaron varios de los intervinientes en el 'Foro La Zagaleta Marcas y Tendencias', celebrado ayer en el Palacio de Ferias y Congresos en el marco del Marbella Luxury Weekend, que tiene lugar desde el pasado jueves y hasta mañana, domingo.

Quien más énfasis puso en esta idea fue Carlos Espinosa de los Monteros, alto comisionado del Gobierno para la 'Marca España', quien moderó una mesa redonda en la que se analizó la visión interna de la 'Marca España' y el contraste con su percepción en el extranjero. Espinosa de los Monteros destacó que la valoración internacional del país ha experimentado una gran mejora en los últimos dos años, desde que el presidente Rajoy le encomendó esa tarea, y que el 80% de los artículos que se escriben en el extranjero sobre España son positivos. «La imagen se construye, tiene una parte histórica y otra dinámica, y todos con nuestro comportamiento influimos en las percepciones que los demás tienen del país», advirtió antes de destacar la gran influencia que han tenido las actuaciones de los equipos deportivos españoles en el prestigio internacional del país.

Por su parte, el consejero delegado de Osborne, Ignacio Osborne, indicó en la necesidad de tener una política de Estado en relación a la promoción de la marca España y en la trascendencia que tiene ser constante en esta tarea. «Lo importante es conseguir un fondo de comercio de España», dijo. En su opinión, la mo-



Un momento de la mesa redonda sobre la marca España. :: SUR

vilidad de los trabajadores españoles no debe mirarse desde un punto de vista negativo. «Cuando vas a buscar gente competente fuera, se encuentran pocos. Hay franceses por todos lados, chinos, brasileños y sólo en cuarto lugar, españoles», dijo en referencia a la experiencia que ha tenido su grupo a la hora de contratar per-

sonal en su plan de expansión en países extranjeros. «No es malo que la gente se vaya, eso es bueno para España», aventuró antes de poner un ejemplo deportivo. «Cuando ha habido exportación de jugadores, la selección ha ido mejor», afirmó.

Gonzalo Brujó, directivo de Interbrand en Latinoamérica y Península

Ibérica, advirtió de que las empresas se mueven en un mundo de «gestión de activos intangibles» y que «no todos los países nos ven de una manera igual». Por ello, dijo que es necesario trabajar con experiencias en cada mercado, y que una gran marca país no solo ayuda a mejorar el turismo, sino también a «subir la moral y tra-

er talento y retenerlo». «Una marca fuerte ayuda a ser competitivo».

En relación a cuál es la percepción que se tiene de España en el extranjero, Brujó opinó que a los españoles se los considera «apasionados, creativos, innovadores y trabajadores», y abogó por defender el idioma. «Si capitalizamos la lengua española y hablamos bien inglés nos podemos comer el mundo», dijo.

Embajador

Por su parte, Pablo Bravo, exembajador de España en Arabia Saudí que cuenta en su currículum la negociación que permitió conseguir la adjudicación del AVE La Meca-Medina a una corporación de empresas españolas, dijo que España está ganando batallas importantes, aunque debe abrirse más al mundo.

Aseguró que los tópicos con los que se conoce a España en muchos puntos del planeta «son un arranque que ya quisieran para sí otros países», y destacó la labor desarrollada por el Rey en la promoción del país.

También incidió en la potencialidad del idioma Ezequiel Szafir, vicepresidente de Amazon para Europa y que participó en una mesa redonda posterior, quien destacó que el español es un activo de primer orden al que la revolución digital está permitiendo expandirse por todo el mundo. Entre las potencialidades de España en los mercados mundiales, en el que la mayoría de los participantes señalaron la moda, la gastronomía y los deportes, Szafir destacó también la literatura.

Custo concentra todas las miradas

:: NIEVES CASTRO

MARBELLA. La pasarela flotante del muelle de levante de Puerto Banús centró anoche todas las miradas en el Marbella Luxury Weekend. Custo Barcelona se convirtió en el rey. La enseña catalana presentó una selección de modelos entresacados de sus dos últimos desfiles, 'En voz baja' y 'Chic Contemporary Color', que ya acapararon los aplausos de la Semana de la Moda de Nueva York. En Marbella volvió a repetir la gesta. Pero el coartífice junto a su hermano David del imperio Custo, Custo Dalmau, no solo dio juego encima de la pasarela, sino también fue-

ra de ella. Confirmó a SUR que se ha aliado con la cadena de supermercados Lidl para sacar adelante una aventura empresarial valiente y puntual.

Lidl venderá en sus 530 locales en España la colección Growing by Custo. El diseñador explicó que la proposición parte de la firma alemana, y que se trata de una colección muy pequeña que estará solo disponible del 21 al 26 de junio. «¿Por qué lo hacemos? Porque en el mundo de la moda no solo tienes que ser innovador en el producto, sino en los canales de acceso al consumidor, y pensamos que vender en los supermercados es una buena oportunidad para

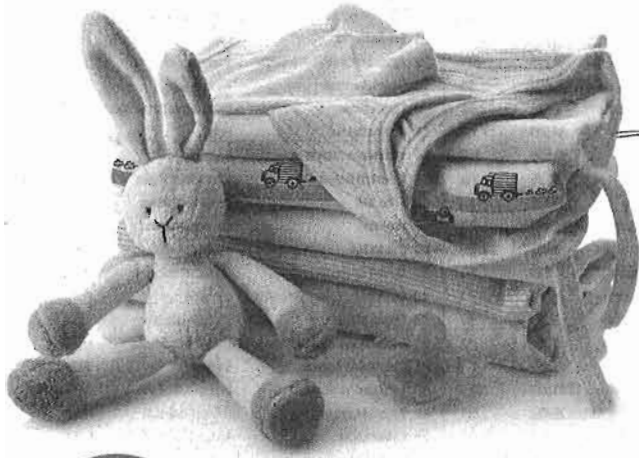


Un momento del desfile de Custo Barcelona, anoche. :: JOSELE-LANZA

que mujeres y hombres que disponen de poco tiempo puedan acceder a ella», defendió.

Este «experimento puntual» llegará a los supermercados ropa de algodón y lycra: Jeans en blanco, negro, caqui, turquesa y rosa, cuatro ca-

misetas y cuatro vestidos. Lejos de esta sencillez, el diseñador puso anoche sobre la pasarela de Puerto Banús creaciones con el ADN de la firma. O lo que es lo mismo, 64 'looks' de hombre y mujer que se encuentran todavía en las tiendas.



ACTUALIDAD
SUR ACOMPAÑA A LA
POLICÍA LOCAL A LA
PLAZA SOLYMAR, UN
ESCENARIO NOCTURNO
CON MÁS SOMBRAS
QUE LUCES P14 y 15



1º

MAYORAL
24.004.552 €



AT4 WIRELESS

2º

AT4Wireless
11.736.269 €



Pernod Ricard

3º

Pernod Ricard
10.629.000 €

MAYORAL, LA EMPRESA NÚMERO 1 DE MÁLAGA

La veterana firma de moda infantil lidera el ranking de beneficios en Málaga. Dos de cada tres grandes compañías siguen siendo rentables pese a la crisis



NURIA TRIGUERO

ntriguero@diariosur.es

Es paradójico que sea una compañía textil la que lidere el ranking de los beneficios en Málaga, una provincia que renunció a su pasado industrial para apostar casi todo al turismo y la construcción. También lo es el hecho de que la nueva era económica salida de la crisis esté protagonizada por una empresa con cien años de historia a sus espaldas. No hay trucos ni secretos. La clarividencia de un empresario, Rafael Domínguez de Gor, y una férrea gestión encaminada a la mejora continua están detrás del éxito de Mayoral. Con un resultado de 24 millones de euros anuales, la firma de moda infantil es la que más

LAS 250 EMPRESAS QUE MÁS FACTURAN DE MÁLAGA

Puesto	Empresa	Actividad	Facturación	Beneficios	Puesto	Empresa	Actividad	Facturación	Beneficios	Puesto	Empresa	Actividad	Facturación	Beneficios
1	Dcoop	Industria oleícola	553.625	2.039	34	MVCI Management	Construcción	45.052	-301	67	Rombo Sol	Venta de vehículos	22.489	-413
2	Pernod Ricard España	Distribución bebidas	408.366	10.629	35	Alhumados Ubago	Industria alimentaria	44.168	1.236	68	Hospital El Ángel	Sanidad	22.395	916
3	Acotral	Transporte	261.147	2.889	36	Sobima	Juegos de azar	43.743	827	69	Milla Med (Charanga)*	Industria textil	22.238	-892
4	Cofarín*	Distrib. farmacéutica	249.260	-449	37	Hospital Xanit	Sanidad	40.561	-1.226	70	EOC Obras y Servicios	Construcción	22.032	48
5	Mayoral	Industria textil	189.151	24.004	38	Ibercar Benet	Venta vehículos	38.425	1.258	71	Medla Markt	Comercio	21.782	187
6	Construcciones Sando	Construcción	173.805	598	39	Plásticos IMA	Industria plástica	37.240	258	72	Agencia Obra Pública Junta*	Empresa pública	21.606	0
7	Farnadesa*	Industria cárnica	173.390	462	40	Mar de Altura	Industria alimentaria	35.804	94	73	Viajes Benamar	Agencia viajes	21.336	83
8	Oleícola Hojiblanca	Comercio de aceite	171.155	245	41	Siro Antequera	Industria alimentaria	34.767	3.615	74	Centrofarma*	Distribuidora farmacéutica	21.329	-413
9	Hospital Costa del Sol	Hospital	157.747	3.858	42	Barquero Hnos.	Mayorista agrícola	34.599	357	75	Marina del Sol	Hoteles	21.078	-255
10	Bestseller	Comercio textil	126.032	6.366	43	Mayoral Intern. Stores	Comercio textil	33.606	540	76	Inversiones Venemar	Restauración	20.930	1.897
11	Isofotón*	Industria fotovoltaica	108.673	7.741	44	Embarba	Fábrica ascensores	32.216	3.109	77	Novasoft Ingeniería	Nuevas tecnologías	20.882	-12.409
12	Busc Person	Comercio telefonía	107.994	-1.847	45	Gómez Vaquer	Supermercados	32.108	-1.861	78	Taherno	Venta de vehículos	20.516	-415
13	Financiera y Minera	Cementera	99.447	-32.950	46	Mercaoleo	Comercio de aceite	31.765	-757	79	Proinco	Comercio mayorista	19.987	-415
14	Limasa	Limpieza	92.034	0	47	Bonifacio Solís	Construcción	31.722	2.325	80	Drinks Sol	Mayorista bebidas	19.597	45
15	Costasol Hipermercados	Hipermercados	76.776	1.213	48	Automotor Premium	Venta de vehículos	30.999	-136	81	Optiml Spain	Nuevas tecnologías	19.557	1.031
16	Ubago Group Mare	Industria alimentaria	74.838	1.654	49	Ganadería y Piensos And.	Fabricación piensos	28.782	1	82	Compraventa Doblón Dorado	Comercio	19.396	-0,6
17	Emasa	Tratamiento de agua	73.449	718	50	Málaga Wagen	Venta de vehículos	27.535	-83	83	Cumaca Motor	Venta de vehículos	19.345	25
18	Turismo Andaluz*	Promoción turística	73.301	0	51	Mayorista Metales Preciosos	Comercio mayorista	27.355	-32	84	Garde Electrodomésticos	Comercio mayorista	19.296	38
19	Opplus	Servicios financieros	68.717	4.365	52	Baeza	Comercio mayorista	27.122	124	85	Parque San Antonio	Sanidad	19.219	953
20	Fujitsu	Industria electrónica	68.615	1.518	53	Erasur	Promotora inmobiliaria	26.698	1.715	86	Cármicas Humilladero	Industria cárnica	19.154	-284
21	Construcciones Vera*	Construcción	68.395	-3.947	54	Navarro Hnos.	Venta de vehículos	26.499	-961	87	Prensa Malagueña	Editora Diario SUR	19.049	-203
22	San Cosme y San Damián*	Industria alimentaria	62.491	124	55	Málaga C.F.*	Actividades deportivas	26.350	-43.941	88	La Murciana	Transporte	18.885	-1.610
23	Accosol	Tratamiento de agua	58.374	357	56	Guarnierl	Venta de vehículos	25.909	-2.239	89	Soft Sanidad*	Nuevas tecnologías	18.821	3.558
24	EMT	Transporte urbano	56.553	-13	57	Almangeña Integración*	Ganadería	24.790	100	90	Ingeconser	Construcción	18.594	-14
25	Fercampo	Fábrica de abonos	56.364	1.482	58	Marbella Club*	Hoteles	24.059	-793	91	Juepharma	Comercio mayorista	18.349	141
26	Maskom	Supermercados	54.497	665	59	Procono*	Telecomunicaciones	23.964	4.056	92	Coop. Oliv. La Purísima	Industria oleícola	17.931	132
27	Juegomatic	Juegos de azar	52.844	6.304	60	Almacenes Carmona	Mayorista alimentación	23.212	7	93	AT4 Wireless	Nuevas tecnologías	17.794	11.736
28	Epcos	Industria electrónica	52.754	-4.636	61	E. S. La Peña	Gasolineras	23.189	262	94	Althenia	Jardinería	17.465	1.529
29	José Luis Montosa	Industria alimentaria	47.980	2.307	62	Soc. Azucarera Larios	Promoción inmobiliaria	23.005	-8.996	95	Pinturas Andalucía	Comercio	17.110	63
30	Safamotor	Venta de vehículos	47.625	70	63	Málaga-Costa Bekidas	Mayorista bebidas	23.003	-120	96	Safamotor	Venta de vehículos	16.960	-125
31	Comercial del Sur	Mayorista de papelería	47.119	2.227	64	Moreno Plaza	Industria cárnica	22.811	432	97	Quesur	Mayorista alimentación	16.953	578
32	NR Sur	Restaurantes	46.327	396	65	Noatum Container	Transporte	22.665	-1.608	98	Nexprom (Hotel Don Pedro)	Hoteles	16.793	536
33	Autopista del Sol	Autopista	46.219	8.720	66	IMSA	Venta de vehículos	22.655	-564	99	Sayco	Mayorista alimentación	16.758	87

Las empresas más saneadas son las de alimentación: casi el 90% da beneficio

Las ganancias saca de su actividad, según queda reflejado en la última edición del ranking de las 250 mayores empresas malagueñas que elabora Analistas Económicos de Andalucía para Diario SUR (cuyos datos corresponden al ejercicio 2012). Y este espectacular resultado no es flor de un día: la firma de moda infantil en cadena desde hace años beneficios de dos dígitos. No es el caso de la segunda empresa que más dinero gana, la tecnológica AT4 Wireless, con 11,7 millones que representan un resultado extraordinario debido a la venta de su división de ingeniería a Agilent en 2012. La tercera en el podio es una multinacional, Pernod Ricard, heredera del negocio licorero de Larios, que sólo mantiene una sede administrativa en Málaga.

La carrera de la facturación (es decir, del volumen de ventas, diferente al de beneficios) tiene otro ganador: Dcoop. La antigua Hojiblanca arrasa en la clasificación con 553 millones generados gracias a una campaña de aceite récord. Y a esa cuantía hay que sumar los 171 millones de su filial comercial, Oleícola Hojiblanca. El listado de las em-

FACTURACIÓN

LAS QUE MÁS CRECEN

1 Dcoop
553.625.861€

La cooperativa oleícola salta de la segunda a la primera posición del ranking al incrementar en 16,3 millones de euros su facturación.



2 Acotral: la empresa de transportes de Antequera se sitúa en tercera posición al facturar 19 millones más.

3 Opplus: el centro de operaciones de BBVA sigue ganando actividad. Está en el número 19 con 68,7 millones, 14 más que el año anterior.

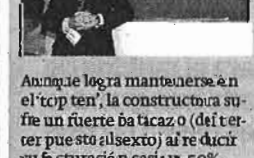
4 Fercampo: asciende a la posición 25 al incrementar sus ventas en 6 millones.

5 Negocios de Restauración del Sur: salta del 40 al 32 al facturar 5,2 millones más.

LAS QUE MÁS CAEN

1 Sando
173.805.906€

El grupo logra mantenerse en el 'top ten', la constructora sufre un fuerte bajazo (del tercer puesto al sexto) al reducir su facturación casi un 50%.



2 Financiera y Minera: baja a la decimotercera posición al facturar 25 millones menos que el año anterior.

3 EOC Obras y Servicios: cae de la posición 28 (50,3 millones) a la 70 (22 millones).

4 Novasoft: reduce sus ventas a la mitad (de 40,8 a 21,8 millones) y baja de la posición 39 a la 77.

5 Bonifacio Solís: la constructora cae del 34 (47 millones) al 47 (31 millones).

BENEFICIOS

LAS QUE MÁS GANAN

1 Mayoral
24.004.552€

La veterana compañía de moda infantil es la que más ganancias saca. Y no se trata de un resultado extraordinario en los últimos años viene encadenando beneficios de los dígitos.



2 AT4 Wireless: 11.736.269 euros que se deben a la venta de su división de ingeniería en 2012.

3 Pernod Ricard: 10.629.000 euros. Es un beneficio menor que el de años anteriores.

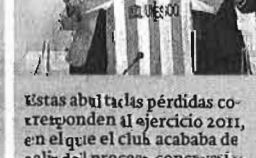
4 Autopista del Sol: 8.720.746 euros.

5 Isofotón: 7.741.000. Esta cifra corresponde al ejercicio 2011, antes de su entrada en concurso de acreedores.

LAS QUE MÁS PIERDEN

1 Málaga C.F.
-43.941.723€

Estas abultadas pérdidas corresponden al ejercicio 2011, en el que el club acababa de salir del proceso concursal y fue comprado por el jeque.



2 Financiera y Minera: 32.950.000 euros. La cementera se situó años atrás entre las más rentables.

3 Azata Patrimonio: 23.923.468 euros se anota la ruina de la promotora del Algarrobico.

4 Ingeconser: -14.167.893 euros. La constructora estaba en proceso concursal.

5 Novasoft Ingeniería: -12.409.384 euros.

Puesto	Empresa	Actividad	Facturación	Beneficios	Puesto	Empresa	Actividad	Facturación	Beneficios	Puesto	Empresa	Actividad	Facturación	Beneficios
100	Bestseller Retail	Comercio textil	16.548	-1.332	133	Tradex Informática	Comercio mayorista	14.353	38	166	Castillo San Luis	Hoteles	12.114	1.915
101	Malacitana Catalizadores	Comercio mayorista	16.396	217	134	Premo	Industria electrónica	14.182	-23	167	Automóviles Goaz	Venta de vehículos	12.048	37
102	Hoteles Costa Mar	Hoteles	16.390	282	135	Sprint Media	Publicidad	14.112	5.286	168	Andiex	Comercio mayorista	11.942	103
103	Smassa	Aparcamientos	16.336	763	136	Gesacar	Alquiler vehículos	14.049	-38	169	Emabesa	Tratamiento de agua	11.911	1.701
104	Maredeus Food Solutions	Industria alimentaria	16.251	358	137	Safaocasión	Venta de vehículos	13.933	-355	170	Casino Torrequebrada	Casino	11.863	22
105	GHD Spain	Comercio mayorista	16.184	492	138	Bazar San Juan *	Venta electrodomésticos	13.928	-28	171	Continental Resort Serv.	Promoción inmobiliaria	11.849	-466
106	Master Gift Import	Comercio	16.174	346	139	Voserin Servicios	Gasolinera	13.899	1	172	Baly Alka	Supermercados	11.781	74
107	Cogilcodos *	Promotora inmobiliaria	16.157	669	140	DHL Express Málaga	Transporte	13.823	-243	173	Reserva del Higuera	Promoción inmobiliaria	11.730	-306
108	Sola de Antequera (Alsur)	Industria alimentaria	16.128	1.386	141	Caterpillar Centro Form.	Maquinaria	13.720	707	174	Natural Tropic	Industria alimentaria	11.707	162
109	Hexa *	Construcción	16.005	-2.004	142	Proquinsa	Industria química	13.711	124	175	Carlos Alcaraz	Comercio mayorista	11.556	42
110	Agroaxarquía	Industria alimentaria	15.956	177	143	Sierra Ronda	Promoción inmobiliaria	13.646	1.663	176	Hotelería Padrón (Kempinski)	Hoteles	11.525	-1.735
111	Deca 1285	Industria alimentaria	15.780	259	144	Goropesca	Industria alimentaria	13.560	7	177	Cernaval	Astillero	11.475	1.396
112	Reyes Gutiérrez	Industria alimentaria	15.733	291	145	Las Medranas San Pedro	Gasolinera	13.457	146	178	British Education Manag.	Educación primaria	11.442	699
113	Andaluza Hierros y Recup.	Comercio mayorista	15.683	58	146	Jovitel	Telecomunicaciones	13.405	153	179	Hierros Vélez	Comercio mayorista	11.441	-336
114	Cemosa	Ingeniería	15.664	-1.035	147	Les Roches	Formación	13.372	2.345	180	Grupo Disofic	Comercio mayorista	11.410	137
115	E 60	Comercio mayorista	15.541	53	148	Aceites Málaga	Industria oleícola	13.277	177	181	Flore Plus *	Nuevas tecnologías	11.373	-375
116	Casino Marbella	Juegos de azar	15.436	881	149	Teselia 2013	Promoción inmobiliaria	13.249	-2.677	182	Clínica Santa Elena	Sanidad	11.362	19
117	Autovisa	Venta de vehículos	15.395	-564	150	Turismo y Deportes	Hoteles	13.121	665	183	Sakar *	Promoción inmobiliaria	11.275	505
118	Conacon	Construcción	15.364	563	151	Román y Martos	Mayorista alimentación	12.965	-130	184	Agrupación Almayate	Industria alimentaria	11.237	26
119	Hormigones y Minas	Materiales construcción	15.247	-8.840	152	A Novo	Industria electrónica	12.827	714	185	Automóviles Nieto	Venta de vehículos	11.224	160
120	Recidajes Olmedo	Comercio mayorista	15.013	48	153	Cotravelma	Transporte	12.668	21	186	Automóviles Rueda	Venta de vehículos	11.212	-231
121	Hoteles Coach (Don Carlos)	Hoteles	14.982	-680	154	Quimsa	Industria química	12.621	-653	187	CEF Material Eléctrico	Comercio mayorista	11.205	-2.107
122	MVCI Holidays (Marriott)	Hoteles	14.972	-3.387	155	Prom. Urbanas La Glorieta	Promoción inmobiliaria	12.580	-553	188	Ibericar Móvil Sur	Venta de vehículos	11.195	-5
123	Riego Verde	Comercio mayorista	14.930	387	156	Ferretería La Paz	Comercio mayorista	12.545	203	189	Guamar	Construcción	11.188	107
124	Ecomsa	Industria alimentaria	14.835	-124	157	Raytheon	Industria electrónica	12.541	-1.267	190	Rosa-Crema (Primor)	Perfumerías	11.145	57
125	Lisbona-Oil	Gasolinera	14.782	5	158	Azucarera Larios Patrimonio	Alquiler inmuebles	12.508	4.367	191	Negro Divino (Primor)	Perfumerías	11.114	55
126	Garum Motor	Venta de vehículos	14.748	-130	159	Postres Montero	Industria alimentaria	12.478	888	192	Novasoft Corporación *	Nuevas tecnologías	11.109	-573
127	Sunset Beach Club	Hoteles	14.743	1.631	160	Campobenal (Holiday World)	Hoteles	12.457	-5	193	Ingenia	Nuevas tecnologías	11.106	-577
128	Frunet	Industria alimentaria	14.735	214	161	GE XXI	Fabricación ascensores	12.424	2.169	194	Aertec	Ingeniería aeronáutica	11.101	728
129	Friadis	Transporte	14.673	16	162	Parque Miramar	Alquiler inmuebles	12.371	2.665	195	Soc. E. y D. Puerto de Málaga *	Transporte	11.083	0
130	Salviño Oil	Gasolinera	14.635	3	163	Tropical Millennium	Industria alimentaria	12.330	72	196	Corp. Medios del Sur *	Publicidad	11.035	-116
131	Act. Ind. La Cala Mijas	Gasolinera	14.569	312	164	Proinco Saneamientos	Comercio mayorista	12.305	33	197	Gálvez Motor	Venta de vehículos	11.021	73
132	Marbella Premium *	Venta de vehículos	14.446	432	165	Viveros Guzmán	Comercio	12.187	138	198	Limposam	Limpieza	11.006	0

La tasa de paro en Málaga tardará al menos un año en bajar hasta el 30 %



JOSÉ VICENTE ASTORGA
✉ jvastorga@diariosur.es

El Colegio de Economistas considera que la recuperación es imparable, pero subraya que marcha «a ralentí»

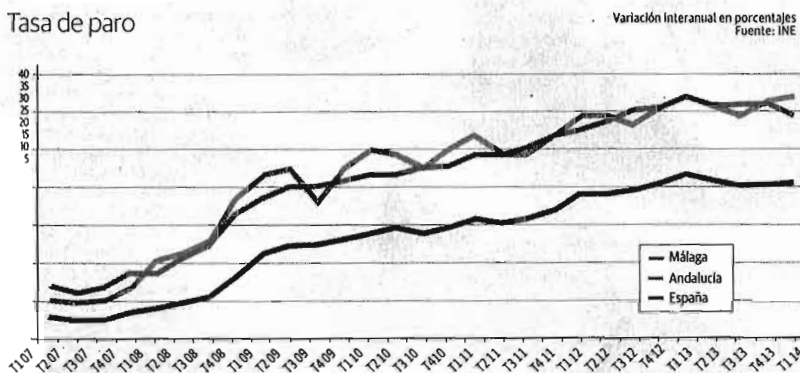
MÁLAGA. «Todo apunta a que es imparable, pero su velocidad es la de un coche a ralentí». El diagnóstico del Colegio de Economistas de Málaga sobre la recuperación vuelve a apuntarse al «optimismo moderado» en el Barómetro correspondiente al primer trimestre del año, que fue presentado ayer por el decano, Juan Carlos Robles y el vicedecano, Antonio Pedraza. Robles echó mano también de símil médico y comparó la situación con la de «un enfermo que ya tiene buen color pero sigue con fiebre». En su opinión, «un mensaje de euforia sería irresponsable con una tasa de paro del 26 por ciento en España y del 36% en Málaga». Robles aseguró que «partimos de un tejido productivo básicamente destruido o muy deteriorado».

El Barómetro del primer trimestre refleja una evolución favorable que se afianza en varios epígrafes, especialmente en turismo-, también la novedosa incorporación de indicadores positivos del sector inmobiliario (1.700 empleos más en un año en la construcción y subida de la compraventa de viviendas) o el crecimiento («espectacular») de las exportaciones frente a la tendencia en la balanza comercial española que ahora las ve caer. Pese a esa senda de mejoras vinculadas a tres pilares básicos de la economía malagueña –turismo, construcción y agroindustria–, la falta de liquidez en las empresas y la debilidad de la demanda y el consumo se perciben desde el Colegio de Economistas como los grandes frenos para una recuperación más vigorosa en una provincia caracterizada por un comportamiento procíclico.

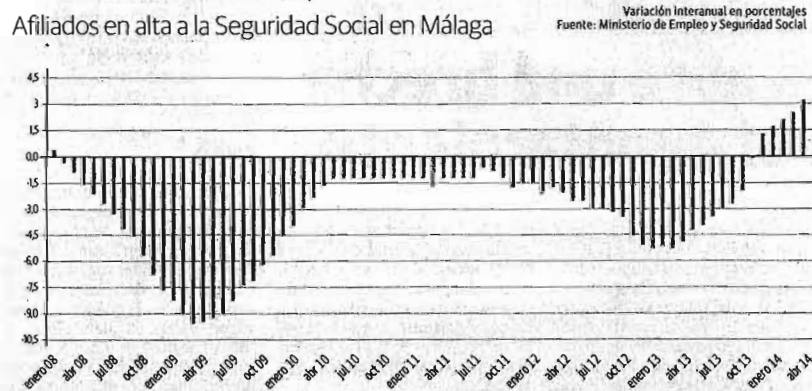
Demanda interna

Incluso la satisfacción por las recientes medidas de choque del BCE para inyectar liquidez a la economía real –«positivas en todos los sentidos», coincidieron ambos directivos– no escapa a la prudencia sobre su impacto en la demanda interna. En opinión del vicedecano, se tratará de un efecto «paulatino» que requería de un proceso interno en la banca en la gestión de su política crediticia. En apoyo a un mensaje de cautela en general sobre la recuperación, Pedraza aseguró que la situación en Europa, «con crecimientos solo en Alemania, no nos está ayudando para salir más rápidamente. Necesitamos que haya un efecto tracción en el

Tasa de paro



Afiliados en alta a la Seguridad Social en Málaga



INDICADORES POSITIVOS

- ▶ La cifra de parados desciende en 13.166 personas en el primer trimestre.
- ▶ 15.455 afiliados más a la SS, que supera el medio millón.
- ▶ Tercer trimestre de aumento ininterrumpido del PIB.
- ▶ La compraventa de viviendas aumenta un 6,2%, frente a caídas en Andalucía y en España.
- ▶ Más pernoctaciones hoteleras (162.887).
- ▶ La provincia exportó un 20% más de lo que importó.
- ▶ Las matriculaciones de vehículos crecieron un 36%.

MODERADAMENTE POSITIVOS

- ▶ El Colegio de Economistas se une a la previsión de un crecimiento del PIB superior en Málaga (1,4%).
- ▶ Se frena el aumento de empresas en proceso de concurso en el cuarto trimestre de 2013 (53 frente a 69 en el mismo período de 2012).

INDICADORES NEGATIVOS

- ▶ Vuelve a disminuir el crédito al sector privado, con 2.460 millones de euros menos.
- ▶ La licitación cae en todas las administraciones, pero desaparece en la local y autonómica.

COMPRAVENTAS DE VIVIENDA

Primer trimestre 2014

Fuente: INE

	MÁLAGA		Andalucía		España	
	Dato	Tasa	Dato	Tasa	Dato	Tasa
Compraventa de viviendas	5.587	+6,2	16.607	-18	83.423	-14,4
Nueva	2.564	-7,5	7.799	-29	37.402	-23,5
Usada	3.023	+21,3	8.808	-5	46.021	-5,2

resto de Europa», aseguró el vicedecano, que reiteró la necesidad de acometer la reforma tributaria y la de la Administración, «aunque ahora el Gobierno esté condicionado por un proceso electoralista».

Las cautelas del decano, Juan Carlos Robles, fueron mayores en relación a la reducción de la tasa de paro, que supera el 36%. «Es esperable que si se mantiene la previsión de crecimiento actual de la economía en este año y con una previsión del 2 por ciento para 2015, una tasa del 30 por ciento se pueda lograr en 2015. ¿En qué momento? No lo podemos saber», va-

ticinó Robles, quien añadió que «Málaga no puede estar mucho más tiempo por encima del nivel actual de paro». Por su parte, Pedraza puso las cifras oficiales de paro en la provincia en relación con «una realidad eco-

nómica donde hay un 20 o 25 por ciento de economía sumergida».

Respecto al empleo en la construcción, Robles sostuvo que la reactivación «ha empezado ya en un sector que estaba muerto», una nueva situación que se refleja además en actividad (6,2% de aumento de compraventa de viviendas) e incluso en la subida de precio del suelo en zonas de la costa. Situó su análisis en un proceso que está dando salida al 'stock' de vivienda después de ocho años sin apenas operaciones en un país que tiene una demanda real de 400.000 viviendas al año.

El Colegio considera las medidas del BCE «positivas en todos los sentidos»

MÁLAGA

Los economistas ven "imparable" el crecimiento, pero a un ritmo lento

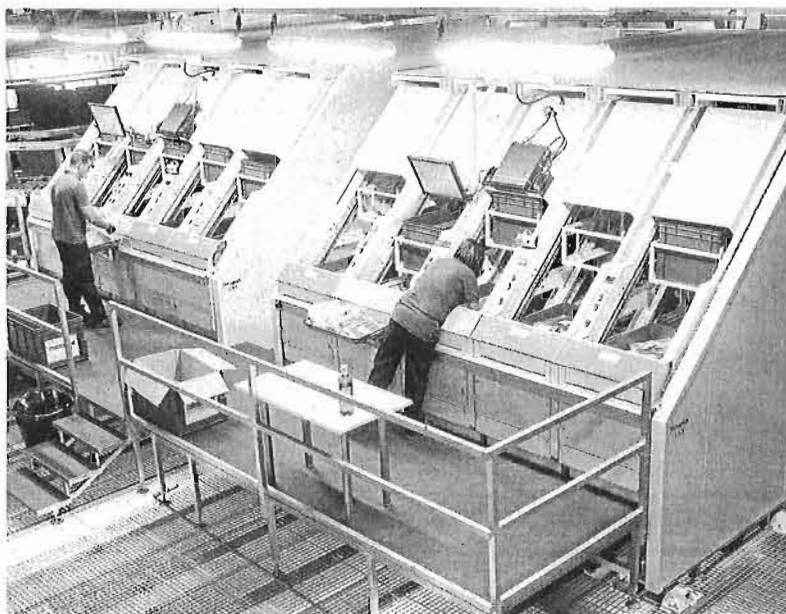
● Creen que la tasa de paro podría bajar del 30% el año que viene en la provincia de Málaga

Ángel Recio MÁLAGA

Juan Carlos Robles, decano del Colegio de Economistas de Málaga, habla muy rápido pero suele ser muy didáctico y claro en sus afirmaciones. Haciendo un símil entre la crisis y una enfermedad, destacó que "el paciente ya tiene buen color otra vez, pero sigue con fiebre". Dicho de otra forma, los economistas consideran que lo peor de la crisis ya ha pasado y que se está saliendo de ella, aunque la recuperación va a ser lenta. "Somos moderadamente optimistas y parece que el crecimiento es imparable, pero vamos al ralentí", añadió.

El Colegio de Economistas hace un barómetro cada trimestre y los datos actuales no tienen nada que ver con los presentados hace un año o dos. Dividen las conclusiones habitualmente entre datos positivos, moderadamente positivos y negativos y, por primera vez en bastante tiempo, hay más positivos que del resto. Entre ellos destacan el descenso interanual en el número de parados, el aumento de las pernoctaciones hoteleras, el crecimiento del PIB, el incremento de las exportaciones o de las matriculaciones de vehículos. En el polo opuesto, aún ven con preocupación la caída del crédito o de la licitación pública.

La economía se basa en la confianza. De los empresarios para producir más y realizar más contrataciones, y de los particulares para aumentar el consumo. La primera parece que, poco a poco, se va recuperando, aunque la segunda no



Varios trabajadores en una empresa textil malagueña.

LAS CLAVES DEL PRIMER TRIMESTRE DE 2014

DATOS POSITIVOS

- Desciende el número de parados en términos interanuales en algo más de 13.000 personas entre enero y marzo.
- Sigue incrementándose el número de pernoctaciones trimestre tras trimestre. Hubo más turistas alojados en hoteles pese a que la Semana Santa fue en abril.
- El PIB anual crece en España un 0,4% y se mejoran las expectativas de todos los analistas.
- Continúa el incremento del número de turismos matriculados en Málaga. Lo hizo en un 36%.
- También crece un 6% el número de viviendas vendidas en Málaga.
- Aumenta el número de afiliados a la Seguridad Social.

dos a la Seguridad Social. En marzo había 500.000 y ahora hay 510.000.

- Crecimiento espectacular de las exportaciones malagueñas u balanza comercial positiva.
- Crece el número de empresas inscritas en la Seguridad Social.

DATOS MODERADAMENTE POSITIVOS

- Baja el número de empresas en concurso de acreedores.
- Previsión de que el PIB crezca un 1,4% en 2014 en Málaga.

DATOS NEGATIVOS

- Disminuye el crédito al sector privado.
- Desciende la licitación pública de todas las administraciones.

presas ya están sobreendeudadas "por lo que no pueden pedirse peras al olmo"

Los expertos creen que la economía malagueña crecerá este año un 1,4% y que en junio del próximo año se puede ir a un ritmo del 2%. Se creará empleo, pero hay que tener en cuenta que la mayoría es temporal y que partimos de una tasa de paro disparada. En este sentido, los economistas confían en que se podrá bajar la tasa de paro del 30% el año que viene en Málaga -ahora está en el 36%- aunque tampoco pondrían la mano en el fuego. "El 2015 será mejor que 2014 y el último ingrediente que le falta a la tarta es la liquidez", apuntó Robles. En cualquier caso, no ven especialmente preocupante la tasa de paro porque, dicen, "no es real", alegando el importante volumen de economía sumergida existente en la provincia.

Los expertos no dudan de que Málaga será una de las primeras provincias españolas en salir de la crisis y que basará su creci-

Juan Carlos Robles
Decano Colegio Economistas

No podemos convertir a 100.000 albañiles en ingenieros. Son los mimbres que tenemos"

acaba de arrancar por el gran número de parados existentes -en torno a 200.000 en la provincia- y la incertidumbre sobre el futuro laboral.

Los economistas creen que el anuncio realizado el jueves por Mario Draghi, presidente del Banco Central Europeo, de que bajará los tipos al 0,15%, un nuevo mínimo histórico, y que inyectará 400.000 millones de euros a los bancos siempre que éstos sean destinados para la concesión de préstamos a empresas y familias que no sean inmobiliarias, puede servir de revulsivo. "Eso significa que va a haber liquidez y el tema es saber si eso va a resucitar el crédito de forma inmediata y si se va a recuperar la demanda", destacó Antonio Pedraza, vicedecano del colegio, quien recordó que las familias y muchas em-

miento en el turismo y la construcción. El turismo ha tenido altibajos pero no ha fallado nunca, mientras que la construcción sí ha tocado fondo tras la explosión de la burbuja inmobiliaria. Aún así, Robles señaló que están aumentando las contrataciones en este sector, se están vendiendo más pisos y se está volviendo a elevar el precio. "La construcción tiene que funcionar", remarcó el decano de los economistas. Por su peso habitual y porque es difícil cambiar el modelo productivo de una provincia, al menos, a corto plazo. "No podemos convertir a 100.000 albañiles en ingenieros de telecomunicaciones. Son los mimbres que tenemos", subrayó Robles, quien abogó por que la construcción resurja de sus cenizas "de forma ordenada" e intentado evitar nuevas burbujas.

Málaga

Los economistas dicen que la recuperación marcha «al ralentí» por la falta de créditos

► El Colegio cree que Málaga debería ya bajar del 30% de tasa de paro en 2015, cuando se alcance un crecimiento del 2% del Producto Interior Bruto ► Aplauden las medidas del Banco Central Europeo para reactivar el canal de la financiación

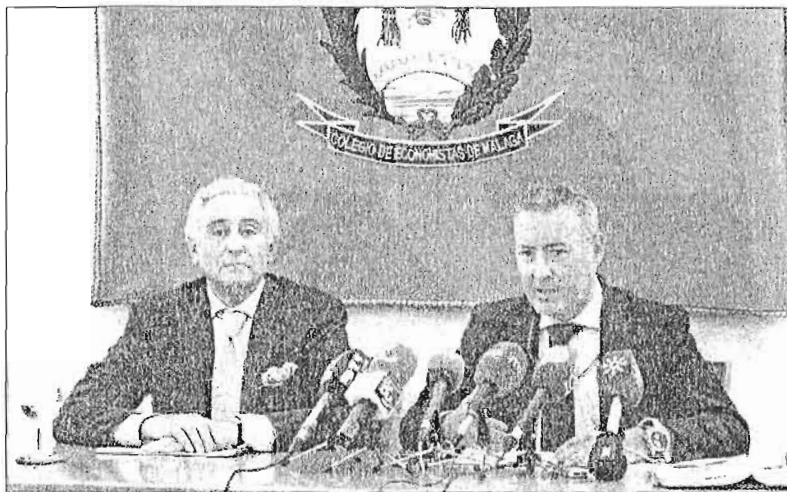
JOSÉ VICENTE RODRÍGUEZ MÁLAGA
► @josevirodriguez

El Colegio de Economistas de Málaga aseguró ayer que los últimos indicadores revelan que la provincia está retomando ya la senda del crecimiento pero de una forma «muy lenta» por la persistencia en la restricción del crédito bancario a familias y empresas. El decano del Colegio, Juan Carlos Robles, se mostró «moderadamente optimista» con la situación y apuntó que el objetivo sería que Málaga bajara del 30% de tasa de paro a lo largo del año 2015, ejercicio en el que se podrían alcanzar crecimientos del 2% del PIB a partir del mes de junio. La actual tasa de paro en la provincia es del 36,5%.

Robles, que presentó el Barómetro Económico de la provincia junto al vicedecano Antonio Pedraza, señaló que, tras haber «tocado fondo», el crecimiento económico es ya «imparable» aunque se está generando «al ralentí» y de forma «no exponencial» por la falta de liquidez que hay en la calle y porque el tejido productivo está «básicamente destruido o muy deteriorado». «Estamos en situación de crecer, pero lo haremos de forma muy lenta», reiteró.

En todo caso, los economistas recordaron que Málaga es «proclílica», lo que significa que, igual que fue una de las primeras provincias que entró en la crisis y la notó de forma más acusada, también será una de las primeras en salir y de forma más acelerada.

Los representantes del Colegio alabaron las medidas adopta-



Antonio Pedraza y Juan Carlos Robles, ayer en el Colegio de Economistas de Málaga. JUAN CABELLO

das anteayer por el Banco Central Europeo (BCE) presidido por Mario Draghi y comentaron que la reactivación del crédito bancario es la «guinda» que se necesita para que la recuperación pueda consolidarse y el crecimiento sea «más estable» y suficiente para la generación de empleo.

No obstante, recordaron que para que los bancos presten dinero hace falta también una «demanda de calidad», con empresarios que quieran «arriesgarse a endeudarse». Pedraza señaló también que la economía española vive actualmente un proceso de desapalancamiento para eliminar el sobreendeudamiento he-

redado de la época del boom inmobiliario previo de la crisis.

A su juicio, la recuperación económica tendrá que venir acompañada de una mejora del sector de la construcción, ya que Málaga llegó a tener más de 100.000 trabajadores vinculados a ese sector (de los que ahora sólo quedan trabajando poco más de 30.000) que tienen pocas posibilidades de inserción profesional, sobre todo los mayores de 45 años. En este sentido, el Colegio percibe algunos atisbos de mejora en el sector inmobiliario, sobre todo por la compra de viviendas por parte de extranjeros y de inversores.

Pedraza añadió que el Gobierno central «no puede bajar la guardia» en relación con las reformas, sobre todo la de la administración pública, que sigue teniendo un volumen «muy pesado». También reclamó una reforma estructural que aligere la carga burocrática para las empresas y también una reforma fiscal que armonice la carga impositiva de las comunidades. El vicedecano del Colegio recordó que Andalucía cuenta con una de las tributaciones más altas por IRPF e Impuesto de Sociedades, lo que la hace menos competitiva que otros territorios a la hora de atraer inversiones.

LO MEJOR

Baja algo el desempleo

Desciende el número de parados en Málaga en términos interanuales (en mayo ya había casi 13.000 menos que hace un año). El número de viviendas vendidas aumenta durante el primer trimestre del año. Se elevan las matriculaciones de vehículos y las exportaciones se mantienen tendencia al alza. También crece el número de empresas inscritas en la Seguridad Social.

LO MODERADAMENTE BUENO

Menos deudores concursados

Baja ligeramente el número de deudores concursados. El crecimiento del Producto Interior Bruto (PIB) en Málaga para 2014 es del 1,4% y las revisiones son estables e incluso al alza.

LO PEOR

Los créditos siguen cayendo

La cara negativa del Barómetro Económico de Málaga radica nuevamente en el descenso de volumen de crédito vivo bancario a familias y a empresas: cayó en 2.460 en el último trimestre de 2013 y, con poco más de 34.000 millones, se sitúa al nivel del año 2006. «No hay liquidez en el sistema», insisten. También se destaca la bajada de la licitación pública por parte de todas las administraciones, aunque este dato tiene cierta justificación, según el Colegio, por el objetivo de reducir el déficit.

La aceleradora Sprita apadrina un sistema antirrobo de vehículos por GPS

► Avisa por móvil de movimientos injustificados del vehículo y lo bloquea si alguien roba las llaves

LA OPINIÓN MÁLAGA

La aceleradora malagueña de empresas Sprita, perteneciente al grupo Top Digital, ha apadrinado el lanzamiento de CarCentinel, el primer dispositivo antirrobo para vehículos con localizador GPS conectado a internet a través de teléfono móvil. El sistema, producto de la empresa Proenium y diseñado por dos emprendedores grana-

dinos, Manuel Reinoso y Dani Calandria, es un dispositivo de seguridad inteligente que protege el vehículo de cualquier intrusión, vibraciones, intentos de robo y, en general, de cualquier movimiento injustificado que sufra el vehículo a través de sus sensores de movimiento. Según explicó ayer Sprita, la comercialización de CarCentinel se hace a través de la web www.protegetuvehiculo.es.

Este centinela electrónico se instala en el coche de manera oculta, para evitar que nadie lo pueda anular, y a través de una aplicación conecta el smartphone con el vehículo. «De esta manera, po-

demostramos controlar en cada momento la ubicación exacta del vehículo gracias a su sistema de localización GPS y estar permanentemente informado de cualquier eventualidad, las 24 horas del día, en tiempo real». Además, es posible bloquear el vehículo desde el móvil para que no pueda ser puesto en marcha en caso de que alguien robe la llave.

CarCentinel dispone también de un sistema de alertas pensado para el colectivo de padres que avisa si el vehículo sale fuera de un radio determinado, por lo que es posible saber en todo momento en qué ubicación se encuentra.

ANDALUCÍA

Ingenia planea dar entrada a un socio tecnológico en su accionariado

LA FIRMA MALAGUEÑA DEJA ATRÁS LA CRISIS/ El grupo está participado mayoritariamente por Unicaja y Madarias, ambas con un 40%, mientras que el resto está en manos del Ayuntamiento de la ciudad.

J.A. Gómez / S. Onrubia.
Málaga/Sevilla

Ingenia, una de las firmas más veteranas del PTA de Málaga, está inmersa en un proceso que puede cambiar radicalmente su futuro. Según ha podido saber EXPANSIÓN, el grupo propiedad de Unicaja, Madarias Inversiones -ambas con un 40%- y el Ayuntamiento de la capital costasoleña -con el 20% restante a través de Promálaga- planea dar entrada a un socio de carácter tecnológico.

El objetivo sería dotar de más músculo y *know how* a la compañía, una vez que parece que ha dejado definitivamente atrás la crisis que ha venido sufriendo en el último lustro.

Las opciones que se barajan son diversas: desde que uno o varios accionistas se hagan con la mayoría del capital hasta que los nuevos socios acompañen a la entidad financiera y a Madarias, sociedad fundada y presidida por Gonzalo Madariaga.

Nueva legislación

Más complicada es la permanencia del Consistorio, pues deberá salir tarde o temprano debido a que la nueva ley de corporaciones locales restringe las inversiones de los ayuntamientos. En este caso, Promálaga también rescindiría su participación en Bic Euronova (incubadora del PTA), Esesa (escuela de negocios) y la textil Hitemasa.

Sus previsiones recogen que volverá a dar beneficios después de tres años de pérdidas

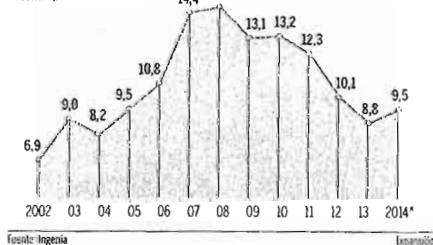


José Blanco, director general de Ingenia, en la sede del PTA.

EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS

En millones de euros.

*Previsión.



El director general de Ingenia, José Blanco Arjona, no ve inminente la salida de la sociedad municipal del capital, aunque, al margen de lo que suceda con este accionista, el ejecutivo no tiene duda de que entrarían otros nuevos,

pues la firma tecnológica es "una sociedad con mucho atractivo para invertir".

La compañía, fundada en 1992, prevé abandonar en 2014 las pérdidas después de tres años consecutivos en números rojos. Estos, además,

Acuerdo laboral entre la plantilla y la dirección

A finales de abril, los sindicatos amenazaron con una huelga para protestar contra una bajada "unilateral" de los salarios. La dirección basaba este nuevo ajuste en un primer trimestre peor de lo esperado. Tras varias negociaciones, el paro se desconvocó al alcanzarse un acuerdo laboral. Éste recoge el compromiso de que en 2014 no habrá más despidos ni bajada de sueldos, explica el presidente del comité de empresa, David Díaz.

Con sedes en Chile y Perú, el reto a corto plazo es duplicar la aportación exterior desde el 11% actual

han ido en progresión ascendente: desde los 300.000 euros de 2011 al millón del pasado ejercicio.

Despidos

Sus ventas, bastante ligadas al mercado nacional, también se han visto resentidas desde hace un lustro. En 2013, cerró con 8,8 millones de facturación, lo que supone un descenso del 15% en términos interanuales. Desde que en 2008 alcanzara su máximo apogeo, con 14,7 millones, no ha logrado recobrar el pulso. En marzo del año pasado,

estas condiciones hostiles propiciaron el despido de cuarenta trabajadores y un expediente de regulación de empleo temporal (ERTE) con doce meses de duración.

Optimismo

Blanco se muestra optimista de cara al futuro y recuerda que el 80% de las pérdidas del último balance corresponden a los costes de indemnización, asociados al ERE y al ERTE. Igualmente, destaca que la compañía ha logrado un ebitda -resultado bruto de explotación- de 300.000 euros.

El ejecutivo atribuye la menor facturación a la "muy calamitosa situación económica" del mercado doméstico, lo que también ha derivado en la "desaparición de grandes clientes tradicionales" víctimas de la crisis.

No obstante, enarbolaba el hecho de que "el grupo haya incorporado 71 nuevos clientes a la cartera de negocio, un 17% más que en 2012". Entre los recién llegados figuran grupos de envergadura como Alcampoy Seat.

Las perspectivas para el año en curso son bastante positivas, según Blanco, que prevé alcanzar los 9,5 millones en ventas -un 5% más- y, según una primera estimación, volver a los beneficios.

Para ello, el nuevo plan de Ingenia se asienta en una mayor aportación del exterior, que pasaría del actual 11% de los ingresos a representar prácticamente el doble.

La firma tiene sedes en Chile y Perú, mientras que en España se ubican en Málaga (central), Ronda, Sevilla, Madrid y Barcelona.

FORO INNOVACIÓN EXPANSIÓN-FERROVIAL

La innovación como motor para la competitividad de la empresa española

DEBATE/ La innovación es una palanca de dinamización del desarrollo económico, pero las compañías deben diseñar nuevas estrategias en un entorno más competitivo.

Expansión. Madrid

El papel de la innovación como factor de competitividad y de generación de valor para las organizaciones, así como la creación de una cultura de innovación interna que permita identificar la creación de ideas y escuchar las sugerencias de empleados y clientes fueron algunos de los temas tratados por los participantes en el desayuno *Innovación, pilar de la reactivación económica*, organizado por EXPANSIÓN y Ferrovial.

"Invertimos mucho en innovación porque creemos que es la diferenciación en un negocio como las infraestructuras con pocos márgenes y mucha competencia. Queremos hacer negocios y proyectos complejos, y sólo se pueden hacer si disponemos de las mejores tecnologías", afirmó Federico Flórez, director general de Sistemas de Información e Innovación de Ferrovial. "La innovación es clave porque te ayuda a liderar un mercado cambiante, si no te adaptas, peligras tu proyecto empresarial. Es fundamental para ganar productividad y eficiencia", apostilló José Antonio Jiménez, director de Relaciones Institucionales de Mercadona. La cadena de supermercados entiende la innovación de forma trasversal a todos los departamentos y procesos, dentro de su estrategia de satisfacer a clientes (a los que denomina los *jefes*), empleados y proveedores.

Emprendimiento

María Benjumea, presidenta de Spain Start-Up, destacó que la innovación está en todas partes. "Nuestro mercado ahora es el mundo; tenemos que identificar esa innovación esté donde esté porque los negocios se van a desarrollar de forma global", apuntó y añadió que es una de las vías para identificarla es el emprendimiento. "Estamos viendo un cambio significativo en la gente, ven que desarrollando su propio proyecto garantizan más el desarrollo de su carrera y son capaces de generar esa innovación".

David del Val, presidente de Telefónica I+D, señaló que la mitad de la innovación que



De izquierda a derecha, José Antonio Jiménez, director de Relaciones Institucionales de Mercadona; María Benjumea, presidenta de Spain Start-Up; Federico Flórez, director general de Sistemas de Información e Innovación de Ferrovial; David del Val Latorre, presidente de Telefónica I+D; y Francisco Marín, presidente del área I+D+i de Ametic.

se realiza en España es pública, mientras que en los países de nuestro entorno dos terceras partes es privada. "No hace falta invertir más dinero en innovación pública, hay que hacerlo en innovación privada y eso es responsabilidad de empresas grandes y pequeñas. Todo el tejido productivo español tiene que darse cuenta que hay que innovar, porque estamos en otra Liga respecto a los demás", afirmó.

"Hay que seguir apostando por las TIC como gran elemento transformador de una sociedad como la española, constituida por un tejido industrial tradicional al que hay

que ayudar a ganar competitividad a través del uso de las TIC entendidas como una herramienta transversal, sino España no tendrá oportunidades de ser un potencial líder en algo", subrayó Francisco Marín, presidente del área I+D+i de Ametic.

Inversión

Ferrovial y Telefónica coincidieron en que la innovación no es una opción y requiere una inversión. "Hay que dotarla de recursos y movilizar a toda la organización", dijo Federico Flórez, de Ferrovial, que destacó la necesidad de que incida en la cuenta de re-

"La innovación es fundamental para que la empresa gane en productividad y eficiencia"

sultados. "Ayuda a mejorar la operación, a hacerla más eficiente y genera retorno para la compañía", indicó, poniendo de ejemplo cómo la implantación de un nuevo sistema en la autopista 407ETR de Canadá, que identifica los coches sin necesidad de que paren en plena nevada, ha aumentado los ingresos del grupo.

"Damos importancia a la

I+D+i, de inversión, ya que sin ella es difícil llevar proyectos a cabo", aseguró José Antonio Jiménez, de Mercadona, que ha implicado en este proceso de innovación a sus proveedores y a los clientes, "las empresas grandes tenemos que ser tractoras de la innovación, que es pensar 24 horas en el jefe", dijo. Dentro de su estrategia delantala, capta las sugerencias de los clientes (y empleados) que se traducen cada año en 400 nuevos productos o mejoras de los ya existentes.

Para David del Val, de Telefónica I+D, es importante proteger los fondos destinados a la

La búsqueda y el incentivo a la I+D

"Necesitamos innovación en todos los sectores, en todas las industrias y en todas las áreas de la empresa", aseguró María Benjumea de Spain Start-Up, que destacó la importancia de potenciar las relaciones entre empresas (*networking*), sobre todo pymes, para conseguir esa innovación. Francisco Marín, de Ametic, abogó por diferentes estrategias para incentivar la I+D entre grandes compañías y pymes. "En las pequeñas y medianas empresas la innovación es prácticamente del dueño. Nos parece que se hacen políticas de *café para todos*, no se hace distinción. Los programas de las grandes empresas no sirven para las necesidades de una *start-up*. Una recomendación exigente: señores, definan políticas segmentadas por tipo de empresas a las que van dirigidas".

innovación "para que cuando se tengan que reducir costes haya una especie de blindaje de los presupuestos de I+D y no se toquen, porque son vulnerables al afectar al largo plazo y no al corto". Francisco Marín, de Ametic, coincidió en la necesidad de blindar los fondos de innovación en las empresas, que tienden a recortar esta partida cuando se trata de reducir costes en épocas difíciles, y recordó que "la Comisión Europea saliente ha hecho una recomendación por escrito a la entrante para que no aplique recortes presupuestarios a las políticas que son de corto plazo".



FEDERICO FLÓREZ
Ferrovial

La innovación ayuda a mejorar la operación, hacerla más eficiente y genera retorno para la compañía"



DAVID DEL VAL
Telefónica I+D

Es importante fijar un blindaje de los fondos para innovación para que no se toquen cuando haya que reducir costes"



FRANCISCO MARÍN
Ametic

En las pymes, la innovación es del dueño. Los incentivos tienen que ser distintos a los de las grandes"



MARÍA BENJUMEA
Spain Start-Up

Hay que identificar la innovación esté donde esté porque los negocios se van a desarrollar de forma global"



JOSÉ ANTONIO JIMÉNEZ
Mercadona

Las grandes empresas tenemos que ser tractoras de la innovación, que es pensar 24 horas en el jefe"

El Tema de la semana Plan de Medidas para el Crecimiento, la Competitividad y la Eficiencia

El ICO avalará a empresas para acceder a los créditos de organismos internacionales

Expedirá hasta 900 millones en garantías y prevé conceder 25.000 millones propios durante 2015

E. C. MADRID.

El Estado refuerza el ICO para multiplicar la potencia de fuego en su misión de financiar la economía productiva. Por un lado el organismo avalará a empresas para que puedan acceder al crédito de organismos internacionales y por otro movilizará 25.000 millones en crédito propio durante 2015, importe un 25 por ciento superior al presupuestado para este ejercicio.

Algunas sociedades se quedan sin opción de beneficiarse de créditos más ventajosos, habilitados por instituciones como el Banco Europeo de Inversiones (BEI), por carecer de rating de solvencia o ser inferior al exigido por el organismo. El ICO les franqueará el paso con un programa de garantías, dotado de un presupuesto anual máximo de 900 millones. Refuerza así un rol que han potenciado entidades como las sociedades de garantía recíprocas, si bien con presupuestos limitados dadas sus dimensiones y dirigidos al pequeño empresario de su región.

Solo el BEI canalizó el pasado año a España 10.656 millones de euros,

30
MILLONES DE EUROS

Es el presupuesto habilitado para apoyar por vez primera la internacionalización de las empresas tecnológicas. La línea 'ICO Agenda Digital 2014' se dirigirá a autónomos, empresas y entidades privadas del sector TIC. El importe del préstamo será de hasta 500.000 euros, con plazos de 1 a 7 años y intereses del 2,86 al 4,862 por ciento TAE.

un 15 por ciento de su financiación total y cifra un 30 por ciento superior a la recibida un año antes. Líneas como la de BEI tienen la doble ventaja de duplicar la capacidad de financiación a costes ventajosos. Por cada euro que ofrece, el banco que distribuye su crédito debe aportar otro y sus intereses han sido de promedio entre tres y cinco puntos porcentuales más económicos que el crédito comercial du-



El presidente del ICO, Román Escolano. VÍCTOR RABANILLO

rante la crisis (4 frente a un 7 ú 8 por ciento). Una condición clave cuando muchas empresas, sobre todo pymes, evitan solicitar financiación por la alta carga en intereses.

25% más de crédito

El organismo dirigido por Román Escolano incrementará un 25 por ciento su financiación directa el próximo año. El Gobierno se ha fijado un objetivo de concesión de 25.000 millones, que rebasa en un 80,1 por ciento al concedido en 2013.

El ICO se convirtió en el instrumento clave para inyectar recursos al tejido productivo cuando el crédito bancario estaba en claro retroceso, con la morosidad en subida libre, y las entidades volcadas en destinar la liquidez a cubrir sus propias necesidades de refinanciación.

Desde el inicio de la crisis en 2007 y hasta mediados del pasado año, el peso del ICO en toda la financiación dirigida a las pymes creció del 3,5 al 11 por ciento. Con el saneamiento completado y la necesidad de recuperar la rentabilidad, ha cambiado la estrategia y la banca compite ahora por financiar pymes.

España devolverá el 3% del rescate europeo a la banca: 1.300 millones

El Gobierno quiere lanzar un mensaje de optimismo y ahorrarse intereses

F. Tadeo MADRID.

El Gobierno lanzó ayer un nuevo mensaje de optimismo a los mercados. Dentro del plan de crecimiento, ha incluido la devolución por anticipado de una mínima parte del rescate europeo a la banca. El Ejecutivo español reembolsará ya un 3,1 por ciento del dinero reclamado a sus socios comunitarios a través del MEDE, es decir, 1.300 millones de euros.

La decisión ahora debe ser aprobada por el consejo de este organismo europeo, tras la notificación oficial por parte de nuestro país.

Europa prestó a España 41.823 millones en 2012 para sanear el sistema financiero, en el marco de la línea por hasta 100.000 millones dispuesta un mes después del estallido de la crisis y la nacionalización de Bankia.

Según el acuerdo con sus socios,

Ayudas directas del rescate bancario europeo

En millones de euros

Bankia	BFA-Bankia	17.959
CX	CatalunyaCaixa	9.084
Novagalicia-Gallego		5.670
B V	Banco de Valencia	4.500
Sareb	Banco Malo o Sareb	2.500
BMN	BMN	730
Ceiss (España-Duero)		604
caja3	Caja3	407
iberbank	Liberbank	124
Total		41.823

Fuente: Banco de España.

elEconomista

el Gobierno debía devolver este crédito entre el ejercicio 2022 y 2027 y tendría que abonar unos intereses anuales del 0,5 por ciento. Con el reembolso de los 1.300 millones

se ahorrará un mínimo de 65 millones en los intereses, que asciende a más de 2.600 millones.

Pero más allá de este ahorro, la medida tiene por objeto enviar a los

inversores un mensaje claro: que la recuperación de la economía ha llegado y que empieza la etapa de crecimiento sostenido.

La vicepresidenta del Gobierno, Soraya Sáenz de Santamaría, señaló en la rueda de prensa posterior al Consejo de Ministros que "el Gobierno inicia ya la devolución por-

Anticipa parte del reembolso de los 41.800 millones, que debía pagar a partir de 2022

que la economía puede hacerlo y para reforzar la confianza".

El rescate europeo a la banca es sólo una parte de las ayudas concedidas al sector bancario para su re-

estructuración. Sólo en inyecciones directas al capital, el Estado se ha gastado más de 63.000 millones. Además, ha concedido esquemas contra pérdidas en varias operaciones que serán asumidos por la Hacienda Pública, a través del Frob, o por las propias entidades, a través del Fondo de Garantía de Depósitos (FGD).

En conjunto, el salvamento de la banca asciende a más de 120.000 millones, de los que casi la mitad ya se han dado por perdidos.

El Gobierno confía en que la privatización de Bankia sirva para recuperar el dinero abonado a la mis- ma (un total de 22.500 millones, de los que 18.000 millones proceden del rescate europeo) y parte del otorgado a otras entidades.

De momento, se ha deshecho de un 7,5 por ciento de la entidad que preside José Ignacio Goirigolzarri y espera desprenderse de otro porcentaje accionarial de en torno a un 11 por ciento antes de que termine este ejercicio.

También ha vendido Novagalicia al grupo venezolano Banesco, con un recuperación de entre 200 y 1.000 millones en los próximos años.

Ahora se dispone a desinvertir en CatalunyaCaixa, pero en esta ocasión aportará nuevas ayudas públicas para salir de su capital.

Las comisiones a los comercios por el uso de las tarjetas bajarán a la mitad

El Gobierno topa en el 0,3% la tarifa en pagos a crédito y al 0,2% si es a débito

E. Contreras MADRID.

El Gobierno no ha querido esperar a que Europa fije la norma y ayer anunció una rebaja tarifaria que, en la práctica, podría abaratar a la mitad las comisiones soportadas por los comercios cada vez que sus clientes deciden abonar las compras con dinero de plástico en lugar de efectivo. Aprovecha el Plan para el Crecimiento, Competitividad y Eficiencia para topa la tasa interbancaria en el 0,3 por ciento del valor de las compras a crédito con tarjeta y el 0,2 por ciento si se desembolsa a débito, frente al 0,79 por ciento máximo vigente en la actualidad.

Las tarifas interbancarias son las fijadas por las entidades para repartirse entre el banco emisor de la tarjeta y el que instala el lector al comercio (TPV) los costes de procesamiento -conexiones telemáticas, fraude, cámaras de compensación, etc-. Cada entidad es autónoma para cargarlas a las tiendas o eximir las de su abono, aunque la realidad es que se traslada.

Topes en el 0,71%

Según la Comisión Europea, operan como suelo en el 70 por ciento de las comisiones que el banco dueño del TPV repercute luego al comerciante. Persuadida de que es un importe excesivo, Bruselas impulsó un Reglamento para ajustarlas a los umbrales que el Gobierno adelantó ayer, convirtiendo a España en el primer país del euro en adoptarlas, sin que hay un texto firme que las regule en ámbito europeo.

El tijejetazo será a la mitad: la tasa media intrasistema se sitúa aquí en el 0,71 por ciento en los pagos a créditos y en 0,28 euros a débito cuando el banco emisor de la tarjeta y el dueño del TPV no pertenecen al mismo sistema (4B, Servired o Euro 6000, que es donde se fijan

dichas tasas). Pero la tarifa puede llegar a un techo del 0,79 por ciento y 0,32 euros, en los pequeños establecimientos -las tiendas con mayor operatividad se benefician de precios más económicos al generar ingresos superiores y costes, por tanto, proporcionalmente inferiores. -.

La comisión media que luego se traslada al comercio se sitúa en el 0,65 por ciento, curiosamente algo inferior a la tasa interbancaria, revelan las estadísticas del Banco de España. Las horquillas se mueven desde el 1,12 por ciento en compras de bajo importe al 0,42 mínimo en grandes establecimientos de alimentación, ya que el cargo varía por sectores y facturación de la tienda.

El Ejecutivo argumentó que la rebaja "mejorará la rentabilidad y la

Los expertos advierten de repercusiones en el servicio para los usuarios de tarjetas y para las pymes

financiación al comercio". La Confederación Española de Comercio (CEC) calificó de "valiente" la decisión e instó a aplicarla de forma "inmediata", según *Ep*. Por la parte de los consumidores, el portavoz de Adicae, Fernando Herrero, reclamó al Ejecutivo que mire por los ciudadanos y "no deje al albur" de la banca que "se traslade o no" el coste que se ahorrarán los comerciantes al titular de las tarjetas como ya ocurrió entre 1995 y 2002.

Un portavoz de la patronal AEB admitió que los topes están en línea con la propuesta de Reglamento europeo, ahora en tramitación, que será obligatoria en todos los Estados cuando se apruebe, y subraya

Tijeretazo a las comisiones para comercios

Tasas de intercambio máximas

	PAGOS CON TARJETAS	
	DE CRÉDITO	DE DÉBITO
Medidas del Gobierno	0,30%	0,20%
Tarifas vigentes al dic. 2013		
Tramos de facturación		
De 0 a 100 millones.	0,79%	0,32€
De 100 a 500 millones	0,57%	0,21€
Más de 500 millones	0,49%	0,17€
Media global tope vigente hoy	0,71%	0,28€

Tasas medias de descuento por operaciones de compra (%)

	2002	IV TR. 2013
G. Super. - Alimentación	0,54	0,42
G. Super. - Resto	1,63	0,46
Gasolineras	0,68	0,61
Supermercados	1,15	0,78
Agencias de viaje	1,57	0,65
Autopistas	2,32	0,95
Farmacias	1,59	0,74
Hoteles	1,83	0,81
Droguerías	2,21	0,74
Restaurantes	2,43	0,88
Transporte de viajeros	1,70	0,64
Joyerías	2,51	0,81
Alquiler vehículos	2,48	0,80
Casinos	2,04	0,95
Ocio y espectáculos	1,82	0,91
Venta correo/teléfono	2,97	0,87
Masajes, saunas y discotecas	3,48	1,05

Fuente: Banco de España.

elEconomista

yaron que el Gobierno aún no ha detallado el plazo de aplicación.

Sin embargo, algunas entidades consultadas expresaron preocupación por sus repercusiones. En Mastercard estimaron que es "una mala noticia para consumidores y pe-

queñas empresas". "Tiene poco sentido si los consumidores y pequeñas empresas acaban pagando más por sus tarjetas", indicaron en la empresa de medios de pago.

La banca europea y organismos de consumidores como Adicae

han batallado en Bruselas en contra de esta dramática bajada. La tramitación del Reglamento se paralizó por los comicios europeos y aún confían en flexibilizar sus términos antes de que sea aprobado por la Cámara y el Consejo Europeo, aunque parece difícil que logren alterar aspectos como los citados topes en tasas interbancarias.

La propuesta inicial de Bruselas establecía un periodo transitorio de dos años, acordado a uno en su paso por el Parlamento, lo que disparó el temor en la banca europea por la pérdida inmediata de ingresos.

Impulsar el crecimiento

El Gobierno busca dinamizar el crecimiento, aliviar al comercio y atajar la economía irregular con la tesis de que abaratar los cargos, las tiendas dejarán de repudiar las tarjetas. En 2013 había 1,17 millones de TPV instalados en todo tipo de establecimientos en el país.

Frente a esta tesis un experto apuntaba ayer un estudio de Moody's Analytics para Visa, que minimiza el impulso inducido. Estima que un aumento del 10 por ciento de la penetración del dinero de plás-

España se convierte en el primer país de la eurozona en asumir las tasas que aún tramita la UE

tico, algo muy ambicioso, apenas elevaría un 0,30 por ciento el PIB.

Las entidades han alertado de que los costes se encuentran aquilataados y aceptar ingresos inferiores irá en perjuicio del servicio -restringir el crédito incorporado al plástico, los seguros...- o deberán compensarlo en otros productos o clientes.

Las tasas interbancarias se recortaron en España desde el 2,75 al 0,7 por ciento entre 1995 y 2012 y las cuotas de las tarjetas se más que duplicaron para sus usuarios. "Se pone de manifiesto que sí se pueden regular tarifas, y nos parece muy bien, pero ahora debe regular también para los consumidores", reclamó Fernando Herrero, de Adicae.

IMPULSO AL SECTOR EXTERIOR

La reventa del plan de apoyos para la internacionalización

Creación de las cédulas y bonos y garantía del ICO para operaciones españolas en las licitaciones internacionales

José María Triper MADRID.

Dentro de esta amalgama de planes y proyectos ya anunciados, presentados o en ejecución que el Gobierno ha fusionado en el Plan de Medidas para el Crecimiento la Competitividad y la Eficiencia, se incluye también la puesta en marcha del Plan Estratégico de la Internacionalización de la Economía Española para el período 2014-2015.

Un proyecto que fue aprobado por el Consejo de Ministros el 28 de febrero pasado y que tiene por objetivo "mejorar la capacidad y la propensión exportadora" de las empresas españolas, fundamentalmente de las pymes, además de diversificar los mercados de destino de nuestros bienes y servicios y atraer inversiones extranjeras.

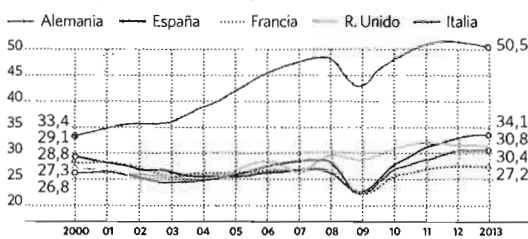
Entre las actuaciones previstas destacan las relativas a los apoyos financieros para los proyectos de exportación o de inversión en el exterior, entre las que se incluye la puesta en marcha, de forma inmediata, por parte del Ministerio de Economía, de las cédulas y bonos de internacionalización, que permitirán generar recursos adicionales para la internacionalización y, con ello, una reducción de los costes de las empresas en sus actividades de internacionalización.

Las cédulas y bonos son instrumentos de renta fija a cuya emisión queda afectada como garantía una cartera de préstamos y créditos concedida previamente al emisor. Se constituyen, de esta forma, como un mecanismo de refinanciación.

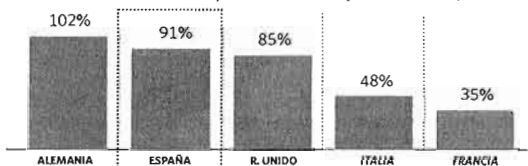
En el caso de las cédulas de internacionalización estos préstamos y créditos deberán estar vinculados a la financiación de contratos de exportación o de proyectos de inver-

El sector exterior de España

Peso de las exportaciones de bienes y servicios (% del PIB)



Crecimiento acumulado de la exportación de bienes y servicios (2003/2013)



Fuente: Comisión Europea.

elEconomista

Línea FIEM para competir en la UE

Dentro del Plan Estratégico de Internacionalización, Economía pondrá en marcha una Línea FIEM-Facilidades UE, con una dotación inicial de 50 millones de euros, con cargo al Fon de Internacionalización de la Empresa Española. El objetivo de esta línea es asegurar que las empresas españolas compiten en igualdad de condiciones que sus homólogas comunitarias.

sión de empresas que cumplan los requisitos de calidad crediticia.

Los bonos de internacionalización, a diferencia de las cédulas, no están garantizados por toda la cartera de préstamos y créditos elegibles, sino únicamente por aquellos que han sido afectados por la emisión mediante escritura pública.

Además se plantea la adaptación de la Línea ICO Garantía Internacional del Instituto de Crédito Oficial para impulsar el acceso de las empresas españolas a licitaciones internacionales. Para ello el ICO destinará en el marco del acuerdo con la CAF, el banco de desarrollo de América Latina, hasta 300 millones de euros para garantizar operaciones de empresas españolas en las licitaciones internacionales.

Ventanilla de reclamaciones para garantizar la unidad de mercado en todo el Estado

J. M. T. MADRID.

El paquete destinado a crear un entorno favorable a los emprendedores que incluye el Plan de Crecimiento impulsará la aplicación efectiva de la Ley de Garantía de la Unidad de Mercado en todo el territorio nacional para lo que, como primera medida, se procederá a adecuar a esta Ley la normativa estatal.

Asimismo se van a introducir me-

canismos de protección a los operadores, entre los que figura el fomento del uso de la ventanilla para reclamar que el Gobierno pone a disposición de las empresas que denuncien vulneraciones de la unidad de mercado en cualquier comunidad autónoma.

Asimismo, el Ministerio de Economía y Competitividad va a crear un Grupo de Trabajo que estará encargado de resolver las discrepan-

cias entre los distintos departamentos ministeriales.

Por otra parte, el Gobierno propone la creación un Plan para la Racionalización de la Normativa Medioambiental y Urbanística, con 42 medidas, con el objetivo de eliminar duplicidades y requisitos innecesarios de la normativa medioambiental, urbanística y sectorial que afecta al desarrollo de las actividades económicas.

Libertad de horarios y aperturas del comercio en todas las ciudades

Comercio ampliará las zonas de afluencia turística para impulsar el turismo de compras

J. M. Triper MADRID.

Dentro del paquete de profundización de las reformas liberalizadoras, el Plan aprobado ayer por el Ejecutivo incluye el desarrollo de las actuaciones necesarias para avanzar en el desarrollo del comercio minorista con el objetivo de potenciar la actividad comercial con el apoyo del turismo.

Para ello, la secretaria de Estado de Comercio va a presentar en breve una propuesta de extensión de las actuales Zonas de Gran Afluencia Turística (ZGAT) a nuevas áreas de intenso movimiento de turistas en las grandes ciudades españolas.

El proyecto se sustenta sobre la tesis de que, a más libertad, más crecimiento, más empleo y más volumen de negocio y toma como referencia la exitosa experiencia de las catorce ciudades en las que se reguló el concepto de Zonas de Gran Afluencia Turística (ZGAT) en julio de 2012.

Y es la necesidad de seguir reforzando el atractivo de España como destino turístico, potenciando la oferta de las compras, junto con el fomento de la competitividad y del empleo en el sector comercial, el objetivo primordial que inspira esta nueva liberalización, que extenderá la calificación de Zonas de Gran Afluencia Turística a una gran parte de los centros urbanos del país.

Aunque todavía no se han definido cuáles serán las nuevas ZGAT, responsables del Ministerio de Economía han confirmado a *elEconomista* que entre los criterios que se están barajando figuran los de capitalidad, número de habitantes o las ciudades Patrimonio de la Humanidad.

Criterios cuantitativos

El Real Decreto-Ley 20/2012, de 13 de julio, establecía por primera vez la obligatoriedad de declaración de al menos una ZGAT en base a criterios cuantitativos como el tener más de 200.000 habitantes, más de un millón de pernoctaciones o más de 400.000 pasajeros de cruceros, para permitir la apertura en las grandes ciudades españolas que constituyen zonas de gran interés comercial para los operadores, que a excepción de Madrid, no disponían de ninguna Zona declarada con

Lo adelantamos
07/02/2014



'El Economista' adelantó el 7 de febrero la extensión de la libertad de comercio.

libertad de horarios. Los catorce municipios en los que se implantó esta nueva regulación fueron: Madrid, Barcelona, Palma de Mallorca, Sevilla, Valencia, Granada, Málaga, Alicante, Bilbao, Zaragoza, Córdoba, Las Palmas de Gran Canaria, Cartagena y Santa Cruz de Tenerife.

Estas ciudades suman, en conjunto, una población total, de aproximadamente diez millones de habitantes y más de 173.000 comercios. Y, a excepción de Bilbao y Barcelona, por razones meramente políticas y de espaldas a la economía, en todas ellas han sido declaradas ZGAT, con mayor o menor amplitud de ámbitos territoriales y temporales.

A estas ciudades señaladas, en el Real Decreto se han sumado, con posterioridad, declaraciones voluntarias de ZGAT en municipios que no reunían estos requisitos, entre las que destacan por su carácter de capital de provincia los de Ávila, Valladolid, Salamanca, Badajoz y Cáceres, además de Mérida.

Actualmente, en España se han declarado 698 ZGATs en un total de 530 municipios, la mayoría en comunidades turísticas, como Canarias, Baleares, Cataluña y Valencia, además de Madrid, que dispone de plena libertad de horarios comerciales desde julio de 2012, en toda la comunidad.

El informe sobre el Impacto Económico de las Medidas Liberalizadoras en la Distribución Comercial, elaborado por la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), estima que las aprobadas en 2012 aumentarán el PIB nacional un 0,78 por ciento, lo que supone más de ocho mil millones de euros, y generarán 16.272 puestos de trabajo.