



## **DOSSIER DE PRENSA DIARIO**

**FECHA: 13 DE JUNIO DE 2016**

## Málaga

**Redes sociales.** Natalia Basterrechea, directora de Asuntos Públicos de Facebook España y Nerea Llorca, responsable de pymes de Facebook, hablaron ayer sobre la importancia de participar en el mundo digital hoy en día y más para una mediana o pequeña empresa en el programa de apoyo a las pymes organizado por Facebook en colaboración con la CEM.

# La democratización del marketing digital

► Las redes sociales están marcando un antes y un después en el mundo y las pymes se están apuntando a convertir su negocio online

**María Viñas**  
MÁLAGA

■ Facebook, Twitter e Instagram son tres palabras que apenas hace diez años no existían y que en la actualidad las utilizamos para todo. Las redes sociales no solo han revolucionado a los jóvenes a la hora de publicar contenido personal, sino que también se han convertido en una herramienta fundamental para impulsar un negocio o empresa digitalmente.

Natalia Basterrechea, directora de Asuntos Públicos de Facebook España cuenta la importancia que tiene Facebook, la red social que más usuarios tiene conectados mundialmente, en España: «El 83% de las personas que utilizan Facebook está conectado a una pyme, por lo tanto, la plataforma

es el lugar perfecto para que las empresas, sea cual sea su tamaño y localización, construyan su presencia y mantengan un contacto real y auténtico con sus audiencias».

Por otro lado, Nerea Llorca, responsable de pymes de Facebook, puntualiza la importancia que debe tener la imagen y presencia de un nuevo usuario ya bien sea con una cuenta personal o una página de un negocio en las redes sociales, y en especial, en Facebook: «Lo que recomendamos siempre antes de nada es la creación de una página en Facebook porque es establecer esa presencia online y principalmente en el móvil. Después, hay que pensar

**BASTERRECHEA:**  
«Facebook está permitiendo es democratizar el marketing de una manera muy sencilla con un coste muy pequeño y con un contenido creativo»

bien en la estrategia de buscar a tu público: a quién quieres dirigirte, cómo vas a contactar a esos clientes que ya tienes, o a esos que no tienes y quieres potenciarlos para atraerlos a tu empresa o a tu propio perfil personal», comenta Llorca.

Gracias a la colaboración de Facebook con la Confederación de Empresarios de Málaga (CEM), se han organizado unas jornadas de apoyo a las pymes para ayudarles en su digitalización y optimización de la presencia en dispositivos móviles. «En principio nuestra idea es acercarnos a las pymes para que conozcan de primera mano todas estas herramientas



Natalia Basterrechea, en la CEM. (GONZALO TORRES)

que tiene disponible en Facebook. Esta red social lo que ha permitido y lo que está permitiendo es democratizar el marketing de una manera muy sencilla con un coste muy pequeño, con un contenido creativo y con el uso especial de la comunicación y el aspecto visual, que cada vez es más importante en esta plataforma. Puedes hablar y conectar con más de 1.650 millones de personas que se encuentran inscritas a Facebook», argumenta Basterrechea. Facebook es una ventana al mundo para hacer crecer la empresa más pequeña e incluso exportar cual-

quier cosa alrededor del mundo.

El *feedback* con el cliente es una parte fundamental y debe ser cuanto más, mejor. Responderle, saber que puede confiar en ti es básico a la hora de crear un perfil en cualquier red. «Tienes que ser auténtico y relevante. Las grandes audiencias que antes solo estaban al alcance de unas pocas marcas ahora cualquier pyme en cualquier lugar de mundo puede conectar con quien sea. Lo que sí está claro es esa transformación al mundo digital que normalmente lo vemos como un reto muy grande», destaca Llorca.

## **Facebook, una oportunidad y a la vez un reto para el crecimiento de las pymes**

10/06/2016 14:14

Málaga, 10 jun (EFE).- La red social Facebook, que cuenta con más de 22 millones de usuarios en España, empieza a posicionarse no solo como una herramienta social y de entretenimiento, sino como una oportunidad para que las pequeñas y medianas empresas (pymes) crezcan, una variante que en ocasiones se convierte en un reto.

La digitalización es un factor clave para que aquellas empresas conformadas por autónomos o pocos empleados puedan darse a conocer tanto en su zona más cercana como lejos de ella.

La sensibilización sobre estos temas es fundamental para poder explotar las posibilidades de negocio y es el objetivo que se ha planteado Facebook con su programa de apoyo a las pymes que se ha presentado hoy en la Confederación de Empresarios de Málaga.

La directora de Asuntos Públicos de Facebook España, Natalia Basterrechea, ha explicado a Efe que el objetivo de estas jornadas es "presentar las herramientas que Facebook facilita a las pymes para hacer crecer su negocio de una manera muy simple".

Según Basterrechea, lo que ha llevado a cabo Facebook es "democratizar el marketing de manera muy sencilla" y ha añadido que esta red social "es un escaparate al mundo" para las empresas.

"Facebook ha demostrado tener un impacto muy positivo en la economía española y está ayudando a generar riqueza y empleo", ha expresado la directora de Asuntos Públicos de la red.

Además de Facebook, Basterrechea también apuesta por el uso de la red Instagram para vender un producto, aunque ha aclarado que "Facebook es más una red para el descubrimiento e Instagram es para encontrar cosas que inspiran", pero ambas son "complementarias".

Sin embargo, a pesar de las facilidades que tiene Facebook para que las pymes crezcan, muchas de ellas todavía no usan esta herramienta y hacerlo supone todo un reto

El presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía, Javier González de Lara, ha explicado a Efe que "todos los particulares están metidos y desarrollan muchísimas aptitudes en el mundo de las redes sociales. Sin embargo, nos falta optimizar en el mundo empresarial la utilización de dichas redes".

Ha lamentado que "solo un 38 % de las empresas españolas han asumido lo que son procesos integrales de digitalización y todavía no tienen una estrategia global de digitalización".

González de Lara ha ratificado que es un porcentaje bajo a pesar de que "está demostrado que todas las empresas que han utilizado un proceso de gestión digital son un 10 por ciento más productivas y han reducido un 20 por ciento sus gastos estructurales".

Ha asegurado que se necesitan tres elementos para llevar a cabo esta estrategia integral: personal más cualificado "no sólo de nuevas tecnologías sino también de digitalización, mayor financiación y, lo más importante, resistencia al cambio que, según González de Lara, "es lo que más cuesta".

El representante de los empresarios de Andalucía ha advertido de que "las empresas no pueden dejar de subirse a este carro" de la digitalización y ha hecho especial hincapié en los autónomos dado que herramientas como Facebook "les puede aportar muchísimo".

## **CEA pide hablar de empleo para el 26J y no de "reproches" entre partidos**

Málaga, 10 jun (EFE).- El presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), Javier González de Lara, ha pedido hoy que en esta campaña electoral de los comicios del 26J se hable de empleo y no de los "reproches" entre las diferentes fuerzas políticas.

El representante de los empresarios de Andalucía ha asegurado en declaraciones a Efe que echa de menos "un debate serio y riguroso" acerca del empleo, una temática de la que, según el presidente de la CEA, "se habla poco".

Ha insistido en que se mantengan diálogos no sólo sobre el mantenimiento de los puestos de trabajo, sino de "cómo generar más empleo para los desempleados de larga duración, mayores de 45 años o jóvenes y menores de 25 años".

González de Lara ha abogado por un trabajo conjunto por parte de todas las instituciones para "mejorar la situación del empleo" y ha subrayado que la prioridad es "construir un modelo de Estado y llegar a acuerdos sólidos de gobernabilidad" para atajar la cuestión de los puestos de trabajo.

En relación a la encuesta publicada ayer por el CIS, el presidente de los empresarios andaluces ha matizado que más allá del "sorpasso", lo que hay que destacar es "la consolidación y la importancia de las fuerzas políticas emergentes y la necesidad de que haya una participación".

Ha hecho un llamamiento a los ciudadanos para que voten "libremente" porque "es un momento importantísimo para el país" y ha asegurado que entiende que haya "razones más que justificadas" para que algunas personas estén descontentas y otras no.

Cuestionado sobre la posibilidad de que no se llegara a la formación de un gobierno después del 26J, González de Lara ha asegurado que de darse "un resultado homogéneo, habrá un problema y habrá que gestionarlo en su momento".

Javier González de Lara se ha mostrado confiado en que "los ciudadanos van a saber a quién votar" y ha insistido en que las encuestas muestran que "no hay nada claro y no hay que bajar la guardia".

# Las pymes dan el salto a las redes sociales

La digitalización de los negocios y su presencia en dispositivos móviles son algunas de las metas

María Viñas | 11.06.2016 | 05:00

Facebook, Twitter e Instagram son tres palabras que apenas hace diez años no existían y que en la actualidad las utilizamos para todo. Las redes sociales no solo han revolucionado a los jóvenes a la hora de publicar contenido personal, sino que también se han convertido en una herramienta fundamental para impulsar un negocio o empresa digitalmente.

Natalia Basterrechea, directora de Asuntos Públicos de Facebook España cuenta la importancia que tiene Facebook, la red social que más usuarios tiene conectados mundialmente, en España: «el 83% de las personas que utilizan Facebook está conectado a una pyme. por lo tanto, la plataforma es el lugar perfecto para ue las empresas, sea cual sea su tamaño y localización, construyan su presencia y mantengan un contacto ral y auténtico con sus audiencias».



Natalia Basterrechea y Nerea Llorca en la CEM. Gregorio Torres

Por otro lado, Nerea Llorca, responsable de pymes de Facebook puntualiza la importancia que debe tener la imagen y presencia de un nuevo usuario ya bien sea con una cuenta personal o una página de un negocio en las redes sociales, y en especial, en Facebook: «Lo que recomendamos siempre antes de nada es la creación de una página en facebook porque es establecer esa presencia on-line y principalmente en el móvil. Después, hay que pensar bien en la estrategia de buscar a tu público: a quién quieres dirigirte, cómo vas a encontrar a esos clientes que ya tienes, o a esos que no tienes y quieres potenciarlos para atraerlos a tu empresa o a tu propio perfil personal», comenta Llorca.

Gracias a la colaboración de Facebook con la Confederación de Empresarios de Málaga (CEM), se han organizado unas jornadas de apoyo a las pymes para ayudarles en su digitalización y optimización de la presencia en dispositivos móviles «En principio nuestra idea es acercarnos a las pymes para que conozcan de primera mano todas estas herramientas que tiene disponible en Facebook. Esta red social lo que ha permitido y lo que está permitiendo es democratizar el marketing de una manera muy sencilla con un coste muy pequeño, con un contenido creativo y con el uso especial de la comunicación y el aspecto visual, que cada vez es más importante en esta plataforma. Puedes hablar y conectar con más de 1 650 millones de personas que se encuentran inscritas a Facebook», argumenta Basterrechea. Facebook es una ventana al mundo para hacer crecer la empresa más pequeña e incluso exportar cualquier cosa alrededor del mundo.

El feedback con el cliente es una parte fundamental y debe ser cuanto más, mejor. Responderle, saber que puede confiar en ti es básico a la hora de crear un perfil en cualquier red. «Tienes que ser auténtico y relevante. Las grandes audiencias que antes solo estaban al alcance de unas pocas marcas ahora cualquier pyme en cualquier lugar de mundo puede conectar con quien sea. Lo que sí está claro es esa transformación al mundo digital que normalmetne lo vemos como un reto muy grande», destaca Llorca.

LA OPINIÓN, EDICIÓN DIGITAL

# Ravenpack, la discreta joya tecnológica que se esconde en la Milla de Oro



NURIA TRIGUERO

La empresa, pionera en la aplicación de inteligencia artificial al análisis de mercados financieros, tiene 50 empleados altamente cualificados y factura 5 millones de euros

**MÁLAGA.** Cualquiera podría pensar que se trata de un selecto estudio de interiorismo, dado que sus oficinas están en un edificio plagado de tiendas de decoración en plena Milla de Oro, muy cerca de Puerto Banús. Nada más lejos de la realidad. Resulta que tras el misterioso nombre de Ravenpack se oculta una de las tres mayores compañías del mundo que aplican la inteligencia artificial y el 'big data' al análisis financiero. Las otras dos son gigantes de sobra conocidos: Bloomberg y Reuters. Fundada en 2003 por Armando Gonzales, un emprendedor californiano enamorado de Marbella, esta firma de tecnología punta factura cinco millones de euros anuales y tiene cincuenta empleados altamente cualificados de veinte nacionalidades diferentes. De los informes que genera Ravenpack dependen las decisiones que toman los cinco principales bancos de inversión y el 60% de los fondos de gestión cuantitativa.

Resulta obligado preguntar a su fundador: ¿por qué Marbella, cuando los clientes de Ravenpack son, como se ha mencionado, entidades financieras y gestoras de fondos que tienen sede en Nueva York o Londres? Gonzales lo explica recordando los inicios de su aventura empresarial: «Terminaba mis estudios de Economía y Administración de Empresas en París y conocí a dos científicos que estaban empezando en Alemania un proyecto de inteligencia artificial. Uno de ellos tenía una casa en Marbella y la primera vez que vi

me enamoré: me recordaba tanto a California... Cuando aquel proyecto de I+D se convirtió en empresa, en 2003, establecimos la sede aquí». Para entonces, los dos investigadores se habían desvinculado del proyecto y Gonzales asumió todo el control.

Ravenpack dedicó tres millones de euros y cuatro años a desarrollar la I+D necesaria para crear su sofisticado producto: un sistema basado en inteligencia artificial que rastrea y analiza en tiempo real todas las fuentes de información existentes en la Red sobre un valor bursátil, un producto financiero, una moneda, una deuda soberana... Ahora todo el mundo habla de las 'fintech' (servicios o empresas del sector financiero que aprovechan las últimas tecnologías para crear productos innovadores) y del 'big data', pero lo cierto es que Ravenpack fue una de las pioneras en Europa en ambas disciplinas, pues lanzó su plataforma en 2007. «Fuimos los primeros en realizar este tipo de análisis de forma

completamente automatizada», afirma su fundador.

## Las ventajas del 'big data'

La inteligencia artificial que ha desarrollado Ravenpack permite que cualquier información que afecte a una empresa cotizada –desde el lanzamiento de un nuevo producto a un ERE en cualquier país o un cambio de directivos– se detecte, se analice y se envíe en un informe a los clientes de forma totalmente automática y en tiempo real. Dicha información puede estar en un medio de comunicación, un blog o una red social; el programa rastrea toda la Red. De esta manera, los inversores no sólo ganan rapidez –«El informe se genera en menos de lo que dura un pestañeo», afirma Gonzales– sino fiabilidad, pues la automatización evita cualquier sesgo. «Una persona nunca podría abarcar el volumen de información que tratamos y, si lo hiciera, inevitablemente su subjetividad influiría en el análisis», añade.

## LOS DATOS

► **Fundación.** 2003, aunque su producto se lanzó comercialmente en 2007.

► **Sede.** Marbella

► **Actividad.** Realiza análisis automatizados en tiempo real basados en 'big data' que son utilizados por los principales bancos y fondos de inversión del mundo.

► **Plantilla.** 50 empleados.

Desde 2007, cuando lanzó su producto al mercado, Ravenpack ha seguido una senda ascendente en facturación hasta alcanzar los 5 millones de euros el año pasado. «Este año estamos creciendo entre un 30 y un 40%», añade Armando Gonzales. Su plantilla ha crecido en paralelo: en lo que va de año ha contratado diez nuevos empleados, alcanzando los 51.

Tres de ellos están en Nueva York, otra en Londres y el resto en Marbella. Se trata de un equipo heterogéneo tanto en nacionalidades –hay veinte diferentes– como en formación: muchos son ingenieros informáticos pero también hay economistas y expertos en finanzas. Por cierto, la firma tiene dificultades para encontrar perfiles adecuados en Málaga, sobre todo últimamente, ya que hay más competencia de otras empresas tecnológicas a la caza de talento. Tampoco es que sea difícil convencer a profesionales de fuera para que acudan a Marbella a trabajar: «Es un lugar muy deseable para vivir donde, cobrando menos que en Londres, se tiene más poder adquisitivo y mucha más calidad de vida», añade.

El 75% de los empleados de Ravenpack trabajan en el área de I+D, introduciendo constantes mejoras e ideando nuevas aplicaciones. El año que viene lanzará un nuevo servicio 'freemium' –gratuito con servicios añadidos de pago– que extienda las utilidades del 'big data' a ámbitos no financieros: el del marketing, el político o el de los medios de comunicación. «Se podrá utilizar, por ejemplo, para conocer las reacciones al lanzamiento de un producto o para saber lo que opina la gente de los políticos. Nuestro lema es democratizar el 'big data'», afirma su fundador.



Armando Gonzales, consejero delegado de la compañía, en su cuartel general en Marbella. :: JOSELE-LANZA

## Román y Martos, una pyme malagueña en el mercado internacional

:: SUR

**MÁLAGA.** Una pequeña empresa puede competir con grandes multinacionales. Esta es la historia de Román y Martos, una compañía andaluza con sede en Málaga y más de treinta años de experiencia en el sector del servicio de alimentación y distribución a la hostelería.

Pese a la estructura familiar, la fac-

turación anual de esta distribuidora especializada en el sector agroalimentario asciende a 25 millones, lo que supone un crecimiento superior al 15% respecto al último ejercicio.

El secreto del éxito de Román y Martos, a la que el pasado 14 de mayo, en una visita a Málaga, el presidente del Gobierno en funciones, Mariano Rajoy, puso como ejemplo de em-

prendimiento, radica en «una apuesta por el empleo de calidad y por controlar el proceso de producción», tal y como remarca a Europa Press Juan Román, hijo de uno de los fundadores y uno de los actuales gerentes.

La sociedad opera con varias marcas propias, como 'Akai Tuna', la denominación con la que comercializa los productos derivados del atún

rojo 'premium', uno de los pescados más demandados del mercado.

Román y Martos, que tiene su sede en el polígono La Huerterilla de Málaga, es uno de los referentes andaluces del sector agroalimentario y, además del atún, también comercializa otros pescados, mariscos, carnes, embutidos, quesos, conservas, especias, lácteos, aceites, vinagres y salsas, entre otros productos.

Para ello, emplea otras marcas propias como 'El Pescaíto', dedicada a este producto tradicional del litoral malagueño, junto con otros pescados y mariscos. Por su parte, 'Yerbas Bajas' distribuye todos los derivados

cárnicos y 'Gold Fish' está especializada en pescados congelados de importación para grandes superficies.

Uno de los retos empresariales de Román y Martos es la internacionalización. En este sentido, la empresa ya ha aterrizado en el mercado norteamericano, donde exporta chocos, atún fresco, sardinas y lubinas y ha abierto puertas en mercados como el alemán, el francés y el belga.

El crecimiento de Román y Martos ha supuesto triplicar la plantilla durante la crisis y realizó una importante apuesta por el I+D+i, incorporando nuevas técnicas de despiece de carne y pescado.



Turistas disfrutaban del sol en la terraza superior de un hotel de Málaga. ALEX ZEA

# La Costa empieza a notar el efecto Brexit con la reducción de la inversión británica

► La amenaza de ruptura con Europa hace dudar a los turistas del Reino Unido, que han rebajado su interés por la compra de apartamentos y residencias ► La devaluación de la libra hace temer un encarecimiento súbito de las vacaciones en Málaga

L. MARTÍN MÁLAGA

La posible salida de Gran Bretaña de la Unión Europea, que se someterá a votación el próximo 23 de junio, empieza a arañar los intereses estratégicos de la Costa del Sol. Con las encuestas todavía en el aire, son cada vez más los economistas que advierten del varapalo que puede suponer para las finanzas de las islas el tan cacareado Brexit. Especialmente, en lo que respecta a la recientemente pacificada relación del euro con la libra, que determina el grado de poder adquisitivo de los ingleses y, por tanto, también su capacidad para invertir en lugares como la provincia.

De momento, los efectos del debate no han repercutido en el turismo, que tiene en la clientela británica su verdadero termómetro. Los ciudadanos de las islas, también este verano, volverán a ser mayoría en Málaga, lo que no quita que exista preocupación en la industria. Sobre todo, en el apartado residencial, que sí ha empezado ya a mostrar dudas. Ricardo Bocanegra, presidente de la Federación de Asociaciones de Extranjeros de la Costa del Sol, habla de una moderación de las ventas provocada principalmente por la incertidumbre. Los compradores británicos prefieren esperar; son muchos, quizá demasiados, los interrogantes en curso. «Evidentemente no es nada positivo. Muchos de los que habían de-

cidido invertir se han echado para atrás y están a la expectativa», puntualiza.

La ruptura con Europa es vista como una amenaza por muchos especialistas, que creen que tanto el alejamiento de Londres, Boris Johnson, como los partidarios del Brexit no han sabido medir bien el caos financiero que podría suceder a la reconfiguración administrativa de las islas. Una de las consecuencias más temibles, ratificada recientemente por el Banco de Inglaterra, es la que afecta a la moneda, que se desplomaría, con un cota de devaluación que actualmente se calcula entre el 15 y el 20 por ciento. Eso significaría que los turistas británicos dejarían automáticamente en muchos casos de percibir la Costa del Sol como un destino accesible. De hecho, ya hay precedentes, si bien motivados por razones muy distintas. En 2008, al inicio de la crisis, la caída de la libra frenó en seco la evolución del mercado en la provincia, dejando que la mayor carga de resistencia recayera en los viajeros españoles y de otros países.

Los turistas británicos, en plena recuperación, son esenciales para la Costa del Sol. Buena parte de la salud de la actividad, al menos, en la provincia, depende de la fortaleza con la que se enuncie la demanda. Un ejercicio positivo en cuanto a la llegada de turistas de las islas es, por lo general,

## Preocupación con la libra

Los especialistas calculan que la salida de la Unión Europea supondrá una devaluación de la libra del 20%. La caída de la moneda ya frenó la afluencia de turistas en 2008

ya sin necesidad de evaluar otros parámetros, un buen ejercicio para la provincia. Es por eso que han saltado las primeras alarmas, ya contrastadas en las ventas inmobiliarias. La salida unilateral de la Unión Europea sitúa a ingleses, galeses y escoceses en un escenario complejo y desconocido. Ricardo Bocanegra resume: «Todo dependería de si se alcanza algún tipo de acuerdo específico posterior, pero no está garantizado al cien por cien que los británicos puedan gozar después de derechos como la libre circulación o la cobertura sanitaria», indica.

La pérdida del estatus especial que acoge al Reino Unido en sus relaciones con Europa pone en este sentido en riesgo otro fructífero negocio para la provincia, el turismo sanitario, que funciona como un

imán entre los turistas más veteranos. En un mundo cada vez más impredecible, la Costa del Sol se ha acostumbrado a vender seguridad. Y esa sensación mengua ostensiblemente cuando se dificulta el acceso a los hospitales.

Bocanegra confía en que el Brexit no prospere y la votación del día 23 de junio acabe con el debate. Sería la mejor noticia para una industria, la turística, a la que le ha costado mucho remontar y alcanzar de nuevo los números y la capacidad de regeneración que tenía antes de la recesión económica. El lado más sensible, una vez más, está en los devaneos de la libra, que es la que regula, en última instancia, el apego de los británicos por lugares como Torremolinos, Fuengirola o Marbella, donde los precios les siguen siendo favorables.

## De país amigo a la incertidumbre

► A falta de diez días para el referéndum, los británicos siguen sin resolver las dudas que se acumulan en torno al Brexit. La que más inquieta a los residentes sigue siendo el tipo de alianza posterior a la salida que se pueda consensuar con la Unión Europea. Lo ideal para las islas es garantizarse un estatuto especial como el que protege a los suizos, que gozan de muchas ventajas y trato preferencial sin llegar a formar parte del todo de la alianza política y económica. Ricardo Bocanegra, en calidad

de especialista en leyes y de representante de la comunidad extranjera, no está ni mucho menos convencido de que esta fórmula sea plenamente aceptada por Bruselas, donde ya hay voces que piden castigar a Reino Unido por su intento de abandono. Si la aventura rupturista se consuma, la respuesta de Europa podría ser la de prescindir de cualquier tipo de privilegios, lo que multiplicaría las trabas y los movimientos de los británicos en el extranjero.



# Torremolinos amarra su PGOU para que los grandes proyectos arranquen tras el verano



**ALBERTO GÓMEZ**

En Twitter: @Agalmenores

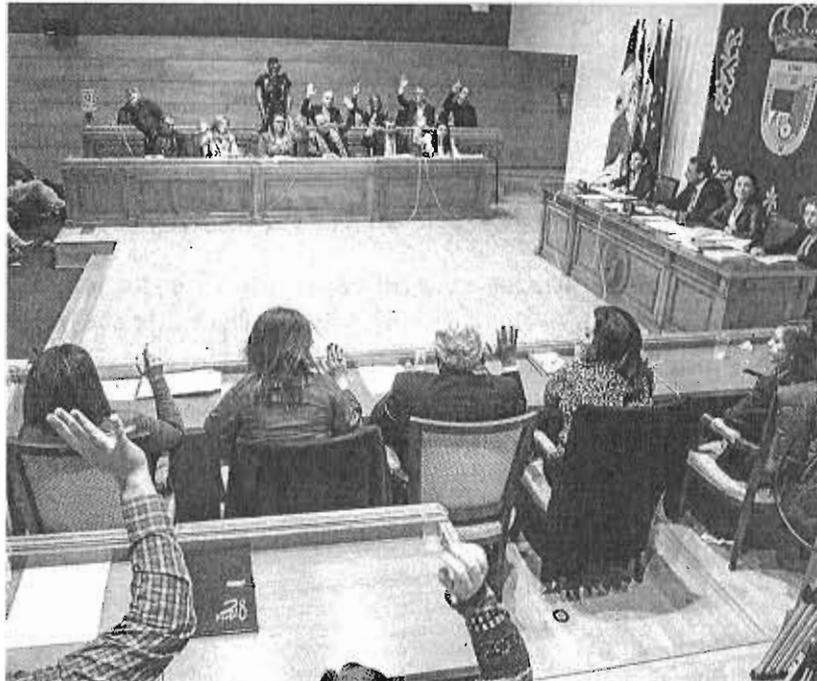
## TORREMOLINOS

El Ayuntamiento trata de garantizar el visto bueno de la Junta mediante iniciativas pioneras en Andalucía sobre el impacto del plan

Torremolinos no quiere dejar pasar la oportunidad de ver aprobado de forma definitiva su Plan General de Ordenación Urbana (PGOU). El documento vigente data de 1996 y, por su antigüedad, lastra los planes de regeneración trazados por la nueva corporación municipal. Desde la aprobación parcial del proyecto en un pleno extraordinario celebrado en febrero, el equipo de gobierno ha tratado de garantizar el visto bueno de la Junta de Andalucía mediante la introducción de un estudio medioambiental estratégico y la elaboración de un informe de evaluación sobre el impacto de género del PGOU, iniciativas pioneras en la comunidad autónoma.

La adenda, de 147 páginas, recogía un estudio de distintas alternativas de modelos de ciudad con el objetivo de justificar el proyecto elegido, además de un análisis de la incidencia del plan en el cambio climático. Ambos apartados forman parte de una instrucción que el Gobierno autonómico lanzó el 8 de marzo, con posterioridad a la tramitación del PGOU de Torremolinos. Por su parte, la evaluación del impacto de género pretende analizar la posible incidencia del plan en la discriminación sobre distintos colectivos, con el objetivo de alcanzar el equilibrio «desde el punto de vista de la equidad y la justicia social», según fuentes municipales.

Ambas iniciativas pretenden evitar que la Junta vuelva a tumbar el PGOU de Torremolinos, como ha hecho en otras ocasiones, aunque



El PGOU fue aprobado por el pleno en febrero y permanece a la espera del visto bueno de la Junta. :: A.O.

el equipo redactor, liderado por la concejala de Urbanismo y primera teniente de alcalde, Maribel Tocóu, ya introdujo en el documento la adaptación a los planes de inunda-bilidad, el principal escollo aducido por el Gobierno autonómico en el pasado y que ahora encuentra salida en un extenso informe de aguas. La aprobación definitiva del plan daría luz verde a algunos proyectos bloqueados durante años, como la construcción del mayor parque comercial y de ocio de Andalucía, que Intu construirá al norte del Palacio de Congresos del municipio.

El PGOU fue respaldado por veinticuatro de los veinticinco concejales de la corporación, un apoyo casi unánime que acerca el visto bueno de la Junta. Sólo Izquierda Unida votó en contra del proyecto alegando que se trataba de "un arma de des-

trucción medioambiental". La regeneración del casco urbano, la peatonalización progresiva del centro, la puesta en valor de la sierra y la creación de casi veinte kilómetros de senderos fueron algunas de las novedades más destacadas introducidas por el Área de Urbanismo.

### Parque comercial y de ocio

El alcalde, José Ortiz, asegura que el visto bueno de la Junta podría llegar «en septiembre u octubre». De este modo, las máquinas de Intu comenzarían a trabajar tras el verano en un proyecto que generará cerca de 4.000 empleos directos y otros 3.000 puestos de trabajo indirectos. La empresa prevé desembolsar 650 millones de euros, la mayor inversión privada de la historia de Torremolinos. El Ayuntamiento ingresará más de veinte mi-

llones de euros por el proyecto, quince de ellos en concepto de licencias, una cantidad que constituye el veinte por ciento de su presupuesto anual. Además, el Consistorio recibirá de Intu más de tres millones de euros al año sólo por el Impuesto de Bienes Inmuebles (IBI). La empresa ya ha anunciado que colaborará en la integración paisajística del parque comercial y de ocio en la zona y que destinará tres millones de euros a remodelar el acceso a la localidad costasoleña.

La adenda sobre el impacto medioambiental, aprobada también en un pleno extraordinario, pretende evitar que la Junta anule el plan, como ocurrió en Marbella, un revés que supondría al menos otro año de parálisis urbanística en Torremolinos, según informan desde el Ayuntamiento.

## Aehcos solicita una ventanilla única para facilitar las gestiones del sector hotelero

### BENALMÁDENA

:: A. GÓMEZ. La Asociación de Empresarios de Hostelería de la Costa del Sol (Aehcos) ha trasladado al Ayuntamiento de Benalmádena la necesidad de establecer una ventanilla única para formalizar todas las gestiones administrativas del sector hotelero. La petición se produjo durante un encuentro que tuvo lugar entre el nuevo presidente de la asociación, Luis Callejón, y el alcalde, Víctor Navas. El regidor destacó el papel del turismo como «motor económico y de creación de empleo» en la Costa del Sol y confirmó su predisposición «a escuchar las demandas del sector y a buscar vías de colaboración para contribuir a que el turismo en Benalmádena gane en calidad y excelencia».

Callejón expresó su apoyo a la eliminación de un carril en casa sentida en la avenida del Sol con el objetivo de crear nuevas plazas de aparcamiento y favorecer la llegada de visitantes, una medida que ha despertado críticas en redes sociales por las retenciones que se producen, sobre todo en horas punta. Desde Aehcos, sin embargo, sostienen que se trata de una «apuesta inteligente para favorecer el turismo, creando un gran número de plazas de aparcamiento y una mayor amplitud de espacio para favorecer el paseo y disfrute del municipio».

«Hemos manifestado nuestra demanda de establecer una ventanilla única para el sector turístico, así como nuestra preocupación por la seguridad ante los sucesos acaecidos en otros países europeos; nunca debemos darla por supuesta, ni confiarnos en que no exista el riesgo de que se repitan», aseguró Callejón, que apuntó hacia la necesidad de cuidar «al máximo» la imagen del municipio mediante su limpieza. El presidente de Aehcos también destacó la importancia de la fidelización del cliente, algo que ha fijado «como el objetivo prioritario» en su etapa al frente de la asociación.



La cuarta edición de la feria Franchishop reunió esta semana en el Hotel NH de Málaga a más de medio centenar de cadenas. :: FERNANDO GONZÁLEZ

LOS DATOS

**1.917**

Es el total de establecimientos franquiciados que operan en la provincia de Málaga.

**39**

redes de franquicias que tienen su sede en Málaga. En Andalucía son 117.

**631**

millones de euros es la facturación del sector en Málaga, según el informe 2016 de Tormo.

ver que ser empresario no es fácil, ni como independiente ni como franquiciado», añade Morales, que apuesta por una «profesionalización» creciente.

Los sectores que mejor funcionan en la franquicia siguen siendo los habituales, desde la moda a la restauración, pero con la incorporación de otros formatos al alza con claros ejemplos en la provincia. «Málaga es tierra de creatividad y emprendimiento, valores muy asociados al sector de la franquicia», apunta Guillermo Bermúdez, profesor titular del Departamento de Economía y Empresas de la UMA y responsable de la Cátedra de Franquicia. Bermúdez cita los servicios especializados en atención a mayores, los centros de formación de alta cualificación para niños y, de nuevo, el inmobiliario como las actividades con más futuro. Prudencio Martínez señala que los buques insignia no han cambiado «pero la oferta se ha ampliado», con la enseñanza de idiomas, la distribución alimentaria o las tiendas para el cuidado de mascotas en el horizonte. Unicasa & Home y TORE.es han sido dos de las agencias inmobiliarias que han participado en Franchishop.

**Sector alimentario**  
En el caso de la distribución alimentaria, Carrefour, Eroski y DIA son las cadenas que más fuerte han apostado por la franquicia como fórmula de expansión y han protagonizado aperturas en la provincia en los últimos meses. Algo parecido ha pa-

recen haber dejado atrás lo peor de la crisis y se abrazan a un nuevo perfil de franquiciado, tal y como explica Prudencio Martínez, director de Franchishop: «Con la crisis, mucha gente pensó en las franquicias como fórmula de autoempleo. Ese tipo de demanda ha bajado un poco, porque hay más oportunidades de encontrar trabajo. Ahora vemos más emprendedores por vocación que por obligación».

Desde la consultora Mutsashi, con sede en Málaga, José Ángel Morales cree que todavía coexisten los dos perfiles, «pero la tendencia es la de cada vez más de emprendedores que ven en las franquicias una oportunidad». «La cultura de emprender ha llevado más información al mercado. Ha hecho

# Las franquicias se profesionalizan y dejan atrás la crisis

El emprendedor vocacional anima el crecimiento del ramo. Pegan fuerte la alimentación, la telefonía y las mascotas, y resurgen las inmobiliarias. En Málaga hay varios ejemplos

SERVICIOS



J. J. GUIZA  
@economía@diariosur.es

**D**ECENAS de emprendedores asistían recientemente a Franchishop, la feria de franquicias que celebraba su cuarta edición en Málaga. Se trataba de una feria con un formato distinto al clásico. No había grandes 'stands', ni una azafata en cada esquina, ni pasillos enmoquetados. Solo mesas, sillas y personas para hablar de negocios. Las marcas habían concertado previamente

te sus citas por Internet. Y fue la edición más exitosa, en cuanto a visitas y en cuanto a enseñanzas.

La cultura del emprendimiento ha calado en este sector, que crece en redes, empleo y facturación. Según el último informe de la Asociación Española de Franquiciadores y Cajamar, el volumen de negocio aumentó en 2015 un 2,3%, los puntos de venta un 3% y los puestos de trabajo un 2%. Las empresas pa-

**En 2015 las franquicias crecieron en empleo, facturación y establecimientos**

**Antiguas tiendas de Movistar y Vodafone se han convertido a holaMOBI**



sado con los establecimientos para las mascotas. La catalana Terranova CNC elegía Málaga para su primera franquicia andaluza de su modelo de venta de piensos y accesorios.

La tecnología y, sobre todo, la telefonía móvil, también pegan cada vez más fuerte. Además, con un protagonismo destacado de compañías malagueñas. Manzanera Rota, la empresa especializada en reparación de terminales con locales en la calle La Unión y Plaza Mayor, ya ha anunciado un plan de crecimiento a través de la franquicia después de escuchar cantos de sirena desde varias ciudades.

Más asentada está la red de holaMOBI, que en el último trimestre ha abierto once nuevas tiendas por toda España, la última de ellas esta misma semana en Fuenigirola. Los cierres de operadores como Movistar o Vodafone han hecho que muchos de esos locales se reconviertan en franquicias de ho-

holaMOBI es una de las cadenas que más está creciendo. :: SUR

laMOBI. «Seguimos con nuestra estrategia de situarnos en poblaciones pequeñas y medianas donde nuestro modelo de negocio ofrece todas las soluciones de telefonía y telecomunicaciones de la comarca o localidad. De esta forma, cubrimos nichos de mercado con menos competencia», resalta su directora ejecutiva, María Salas, que anuncia un nuevo concepto de tienda: doctorMOBI, enfocadas principalmente en reparaciones al instante de teléfonos, tabletas y ordenadores.

Otro segmento que despunta son las agencias de via-

je. Desde Málaga, Clickviaja.com ha implantado nuevas oficinas en Madrid, Barcelona, Canarias, Sevilla y Valencia, y ya suma 200 entre España y Portugal. El año pasado, sus ingresos aumentaron un 25%. Cuenta con un motor de búsqueda para las reservas y emisión de billeteaje, 123vuela.com, que permite a su red beneficiarse de las tarifas especiales de las líneas aéreas. «A ello se suma un software de gestión propio y el sistema, Alerttrip, que avisa de las mejores ofertas a los usuarios en función de sus preferencias», explican desde el grupo.

También tiene su sede en Málaga Terraminium, especializada en administración de fincas, que cuenta con 80 franquicias. Desde el grupo, destacan su apuesta por la tecnología y la digitalización de procesos, que reducen el tiempo de contabilidad y «ahorran los costes de las comunidades entre un 20% y un 50%».

## ¿Son los escándalos de las cadenas una raya en el agua?

Expertos aconsejan al emprendedor apostar por un sector le que atraiga y hablar con otros franquiciados

:: J. J. BUIZA

**MÁLAGA.** A principios de año saltaba la noticia: un grupo de más de 60 franquiciados de distintas ciudades denunciaba al grupo DIA por estafa. En su querrela, aseguraban que la cadena les engañó y que no hacían más que perder dinero pese a aumentar sus ventas debido a unas condiciones abusivas.

Este caso, que tendrá que ser resuelto todavía por los tribunales, se suma a la lista de escándalos que periódicamente manchan la imagen del sector y animan el debate de la relación entre franquiciado y franquicia-

dor. Para Prudencio Martínez, de Franquishop, estos ejemplos son «supuestos excepcionales». «La franquicia por supuesto que no es garantía absoluta de éxito, como cualquier empresa. Son muchos los factores que intervienen: ubicación, estrategia o la gestión concreta que hace el franquiciado».

En el caso de DIA, el grupo achaca la querrela a un «reducido» número de franquiciados a los que les fue mal el negocio. La compañía cuenta con más de 1.800 establecimientos franquiciados en España.

Entre los expertos, las recomendaciones son las habituales: leer la letra pequeña de los contratos o consultar con un abogado. Prudencio Martínez va más allá y aconseja al emprendedor que apueste por «aquello que le guste» y, sobre todo, que hable con otros fran-

quiciados de la marca. El director de Franquishop ahonda en la idea de que las franquicias «han democratizado» algunos servicios o productos, y pone el ejemplo de Vitaldent, que sigue funcionando bien, pese al escándalo judicial que afecta al dueño de la filial española.

Guillermo Bermúdez, profesor universitario, destaca que el franquiciado tiene que hacerse siempre varias preguntas: «¿Me informa la central, además de las aperturas, del número de cierres? ¿Me facilita hablar con franquiciados actuales o anteriores? ¿Existe o existirá venta on line desde la central que me haga la competencia en el futuro? ¿Conocen los candidatos si posee el franquiciador varias marcas competidoras entre sí o si hay capital riesgo que exigirá su retorno en un plazo determinado?»

# La fibra óptica conquista el litoral

La firma malagueña Avatel & Wikiker Telecom S. L. suma 20.000 usuarios en tres años y pretende llegar a los 100.000 en 2018 con sus redes propias

## NUEVAS TECNOLOGÍAS

:: EUGENIO CABEZAS

**MÁLAGA.** La fibra óptica está ganando ganando cada vez más terreno en la provincia. Después de unos años en los que este servicio de acceso a Internet a altas velocidades, teléfono fijo y televisión sólo estaba disponible en la capital, los grandes operadores han puesto sus miras también en el litoral malagueño e incluso en algunos de los principales municipios del interior. Al mismo tiempo, han surgido diversos operadores locales, que están planteando cara a la hegemonía de los gigantes de las redes de telecomunicaciones.

En este ámbito es donde se mueve la malagueña Avatel & Wikiker Telecom S. L., una firma surgida en Marbella en 2012. En los tres últimos años han extendido más de 500 kilómetros de cableado de fibra óptica, usando en muchos casos las infraestructuras pre-existentes de la multinacional Telefónica, por la Costa del Sol Occidental, desde la zona del Guadalhorce hasta Sotogrande, en Cádiz, pasando por Torremolinos, Benalmádena, Fuengirola, Mijas, Marbella, Estepona, Benahavís, Manilva y Casares.

De momento, cuentan ya con 20.000 clientes activos, una cifra que aspiran a multiplicar por cinco en el pla-



José Ignacio Aguirre Álvarez, director de negocios de la firma malagueña, que tiene oficinas en Marbella y Mijas. :: SUR

zo de dos años, según explica el director general de negocios de la firma, José Ignacio Aguirre Álvarez. Para ello, el objetivo es continuar la expansión de las líneas de fibra óptica por la costa gaditana, alcanzando Algeciras y Los Barrios este año. Además, también se plantean dar el salto hacia la Costa del Sol Oriental-Axarquía, llegando a grandes localidades como Rincón de la Victoria, Vélez-Málaga y Nerja. La fac-

## Ofrecen un paquete de televisión que incluye los partidos de Liga, Champions y Premier League

turación en 2015 alcanzó los cinco millones de euros, una cifra que para el cierre de 2016 esperan aumentar en un millón más.

La inversión hasta la fecha ha rondado los cuatro millones de euros, según los datos que maneja Aguirre Álvarez, quien de talla que Avatel & Wikiker Telecom S. L. cuenta ya con una plantilla que ronda los sesenta trabajadores, entre operarios, comerciales y directivos. El perfil

de sus clientes es mayoritariamente extranjero, en un 90%, sobre todo ingleses, franceses, alemanes, rusos y de los países nórdicos. «Nuestra clientela es fundamentalmente foránea, residentes en la Costa del Sol, a los que ofrecemos un paquete muy completo y de gran calidad, que incluye, por ejemplo, 300 megas de velocidad en Internet simétricos, teléfono fijo y televisión con 190 canales, en su mayoría extranjeros, por

39 euros más IVA», describe Aguirre Álvarez.

Paralelamente, la empresa ha conseguido suscribir un acuerdo con Mediapro, propietaria de los derechos de televisión de la Liga BBVA, la Champions y la Premier League, a través de la central de compras Deion Comunicaciones, para ofrecer paquetes de fútbol, desde ocho euros más IVA, tal y como hacen los tres grandes operadores de telecomunicaciones del mercado.

«Somos el único operador local en la zona que está ofreciendo esta posibilidad», sostiene el director general de negocios de la empresa, que cuenta ya con sedes en Marbella, en la calle Azaleas, 51, en la barrada de Nueva Andalucía, y en el centro comercial Los Olivios, en Calahonda (Mijas-Costa).

## Dos nuevas oficinas

Los planes de expansión de la empresa pasan por abrir, en los próximos meses, otras dos nuevas sucursales, en Benalmádena y Casares, «para continuar mejorando nuestro trato directo con los clientes», apostilla Aguirre Álvarez, quien destaca que en este sector de las redes de telecomunicaciones con fibra óptica hay una gran competencia y se está moviendo constantemente el mercado, «porque es el futuro», matiza.

Entre los servicios de valor añadido que ofrece esta empresa se incluye el que las retransmisiones de los partidos de fútbol -hasta ocho por jornada, tanto en la liga española como en la inglesa y en la Champions, a través de los canales BeIn- se hacen con un sistema de emisión en directo con narración multilingüa, lo que permite a los clientes seguir las competiciones en su idioma. «La contratación de estos paquetes de fútbol ya está disponible para los partidos de pretemporada que empezarán en el mes de julio», remarca el director general.

## Empresarios argentinos visitan Málaga

:: SUR

**MÁLAGA.** La Cámara de Comercio de Málaga ha recibido la visita de un grupo, compuesto por 41 personas, presidentes y directivos todos ellos de cámaras de comercio y de asociaciones empresariales de distintas provincias de Argentina, bajo la organización y colaboración de Turismo y Planificación Costa del Sol, que se encuentran en nuestra provincia con la intención de establecer relaciones comerciales y de negocio, así como conocer ca-

sas y experiencias de éxito en los sectores comercial y turístico. Esta embajada, encabezada por el vicepresidente de la Confederación Argentina de la Mediana Empresa y presidente de la Federación de Centros Comerciales a Cielo Abierto, Fabián Tarrío, se mostró muy interesada en mantener un encuentro en nuestra Cámara, en la que han sido recibidos por su presidente, Jerónimo Pérez Casero, acompañado por Francisco Salado vicepresidente de la Diputación.



Fabián Tarrío, Jerónimo Pérez y Francisco Salado. :: SUR

## Dcoop-Aceitunas prevé invertir 12,4 millones de euros en sus dos fábricas

:: SUR

**ANTEQUERA.** La Sección de Aceituna de Mesa de Dcoop prevé invertir 12,4 millones de euros en los próximos meses en sus instalaciones para mejorar la productividad de sus fábricas, conseguir una mayor eficiencia y adaptarse a las demandas del mercado.

En sus instalaciones de Dos Hermanas (Sevilla) va a acometer la instalación de la maquinaria para envases

flexibles por un montante de 10 millones de euros, adaptándose así a la creciente mayor demanda de este tipo de envases.

En Monturque (Córdoba) la inversión es de 2,4 millones se destinará a la mejora de las instalaciones actuales, principalmente en modernización de equipos de envasado y mejoras medioambientales. Dcoop agrupa a 24 cooperativas de Málaga, Córdoba y Sevilla.

# El Puerto se da hasta fin de mes para hacer la primera criba en el concurso del hotel

IGNACIO LILLO

ilillo@diariosur.es

Técnicos de la Autoridad Portuaria y de Puertos del Estado estudian las garantías económicas y financieras de los dos grupos interesados para emitir un veredicto

**MÁLAGA.** El concurso para designar al grupo inversor que se hará con los derechos para la construcción y explotación del hotel-rascacielos de lujo, previsto en el Dique de Levante, vivirá un hito importante a final de este mes. El consejo de administración de junio, previsto inicialmente para el día 30, supondrá la primera criba en la carrera que mantienen los dos concursantes. Para entonces, la Autoridad Portuaria se ha comprometido -por escrito- a emitir un veredicto sobre las garantías económicas y financieras de ambas plicas, y a su validación por parte de dicho órgano. Así se desprende de la respuesta a una solicitud formal de información acerca del estado de los trámites, por parte de los representantes de una de las empresas, a la que tuvo acceso este periódico.

Para ello, los técnicos del organismo malagueño, con el apoyo de los del ente estatal Puertos del Estado y los juristas de la Abogacía General, están enfocados este mes en el análisis de la información aportada dentro del sobre número uno (de los dos que componen sendas ofertas). De entrada, se abren tres posibles escenarios: el primero, que ambos licitadores hayan cumplido con todas las exigencias del pliego y, por tanto, la mesa de contratación pasaría a estudiar las ofertas contenidas en el segundo sobre de los dos grupos interesados.

También cabe la posibilidad de que se determine que uno de los dos no ha cumplido con alguna de las prerrogativas del pliego, por lo que que-



La torre está prevista en la explanada del Dique de Levante, en el puerto de Málaga. :: ALVARO CABRERA

daría eliminado. En este caso, sólo se abriría la oferta técnica, arquitectónica, económica y de usos (contenida en el sobre dos) del licitador que siguiera adelante, lo que no implica que sea automáticamente el adjudicatario. Y, la tercera opción: que ambas ofertas hayan fallado en cuanto a la información requerida y ninguna pueda seguir adelante, por lo que se podría declarar directamente el concurso desierto. En este supuesto, cabe volver a convocarlo más adelante. Tampoco es muy probable, ya que se supone que al menos la oferta del grupo catari -que abrió el proceso tras presentar una oferta por los terrenos- ya habría cumplido al menos con la mayoría de estas exigencias en el momento en que solicitó formalmente la concesión.

## La sombra de Chelverton

Por lo demás, el mutismo en el seno de la Autoridad Portuaria es absoluto en torno al avance del proceso, que se abrió a finales de febrero, por lo que

## Ya han pasado tres meses desde que el Puerto convocó el concurso para construir el rascacielos

ya acumula tres meses de trámites sin que apenas hayan trascendido detalles. Y ello, sólo para aclarar los términos referidos a las capacidades de los licitadores, sin entrar todavía en valoraciones en cuanto a sus respectivos planes de negocio ni de tipo estético. Entre ellas, cabe mencionar que la oferta del grupo catari plantea una torre de unos 135 metros, mientras que el consorcio español, respaldado por un fondo de Singapur, eleva la altura hasta los 150 metros.

En este punto, fuentes solventes consultadas por SUR explicaron que los técnicos están siendo escrupulosos al máximo con todo el procedimiento administrativo y legal, con la

sombra del 'caso Chelverton' como una referencia permanente de lo que podría ocurrir en caso de que uno de los dos candidatos recurra el procedimiento en los tribunales.

Se refieren estos a la situación que se creó en el año 2000, después de que el puerto encargara a la entidad británica el diseño comercial de los muelles 1 y 2 (en principio, ambos iban a tener usos lucrativos). La entidad planteó convertir estos espacios en un gran centro comercial, similar al Mare Magnum de Barcelona, con multicines, bolera y tiendas.

Se produjo entonces una fuerte contestación ciudadana, tanto por los usos como por la altura de la construcción que iba en la esquina, con cientos de alegaciones. La presión acabó por obligar a la Autoridad Portuaria a dar marcha atrás. Chelverton solicitó una indemnización de 2,5 millones, que la Autoridad Portuaria tuvo que consignar año tras año hasta que los juzgados le dieron definitivamente la razón en 2014.

## Los autónomos generan una media de 55 empleos diarios, según un informe de ATA

:: SUR

**SEVILLA.** Los autónomos generan una media diaria de 55 nuevos empleos netos en la Comunidad andaluza, según el informe trimestral presentado ayer Asociación Profesional de Trabajadores Autónomos de Andalucía (ATA). El estudio destaca además que «crecen y suman casi 2.000» nuevos puestos de trabajo asalariado.

Ello se traduciría en que, durante los tres primeros meses, los autónomos han creado un total de 4.924 nuevos puestos de trabajo; de los cuales, 3.037 son nuevos autónomos que se autoemplean (sumando autónomos propiamente dichos y societarios) y 1.924 son los nuevos trabajadores por cuenta ajena contratados por los autónomos, sólo en un trimestre, es decir, el 10 por ciento de todo el empleo generado por los autónomos en España (19.294 en un trimestre).

## Nuevas actividades

Por provincias, Jaén se consolida como la que cuenta con más autónomos que llevan más años con sus negocios. El 68,3 por ciento comenzó su actividad en la provincia hace más de tres años. Málaga, con un 19,6 por ciento de actividades de autónomos de menos de un año, es la que más porcentaje de nuevas actividades presenta.

Según los datos que arroja el informe, de los 500.899 autónomos dados de alta en Andalucía a marzo de 2016, 340.879 son autónomos persona física, el 68,1 por ciento. Así, el 31,9 por ciento de los autónomos están dados de alta con algún tipo de sociedad. Cada mes, los datos muestran cómo los autónomos son capaces de consolidar más sus negocios, de manera que «dos de cada tres autónomos persona física -62,4 por ciento- llevan al frente de su negocio más de tres años, de los que el 51,6 por ciento tiene más de cinco años de antigüedad». Frente a esto, únicamente el 16,6 por ciento de los emprendedores han iniciado su actividad por cuenta propia hace menos de un año.



José Ignacio Rufino, Rogello Velasco, Fernando Faces, Francisco Ferraro, Rafael Salguero, Joaquín Auriolas, Juan Manuel Marqués y Gumerindo Ruiz anfas de la charla.

FOTOS: JUAN CARLOS VAZQUEZ

## Los economistas prefieren el Gobierno de amplia base

● Los expertos no creen posible ni la reducción del IRPF ni el aumento del gasto ● Advierten del riesgo de confiar en una economía que va bien por "el viento de cola"

J. M. M. P.

**D**ETRÁS de las palabras hay tesis complejas, y los economistas están dispuestos a seguir bautizando términos para simplificar ideas. Buena práctica. A continuación citaremos cuatro de los más utilizados en la conversación que los seis economistas que, habitualmente, escriben en este diario mantuvieron con el Grupo Joly. Viento de cola. Éste es el primero: la economía espa-

ñola avanza porque la impulsa un magnífico viento de cola, una fuerza externa que impulsa a la nave, aunque ésta vaya mal de combustible, carezca de piloto o sea un cancarro. El viento viene motivado por precios excepcionalmente bajos del petróleo; una política monetaria que ha dado todo de sí, con intereses a ras o por debajo de suelo; un buen cambio del euro, e incluso un crecimiento anormal del turismo. Vamos a por otra: estancamiento secular. La economía mundial está plana, ha salido de la gran re-



Francisco Ferraro  
Miembro del consejo editorial del Grupo Joly

*Lo óptimo sería un Gobierno de concentración, que pudiera acometer reformas, más que un riesgo esto es una oportunidad"*

cesión, pero hay grandes amenazas, no se invierte y la repercusión de la política monetaria expansiva no se traduce del todo en los grandes bancos. Las herramientas fiscales y monetarias están agotadas. Otra: financiarización. Los economistas sonrían ante este término de aromas marxistas, pero lo cierto es que uno de los grandes problemas de nuestro siglo es el tremendo peso de la economía financiera sobre la productiva.

Así, y que en resumen, tenemos una economía española que va más o menos bien, pero por el buen viento de cola, y una

mundial que peca de un estancamiento secular, entre otras razones, porque la financiación no favorece la inversión. Cogidos de un hilo. ¿Y la andaluza? "Pues más o menos como la española, pero mucho más menos".

Los seis economistas mantienen una conversación de cerca de dos horas, a veces se pican -las bondades de la flexibilización del mercado laboral es uno de los motivos- y otras asienten. Pero a escasos días de la repetición de las elecciones generales



**Fernando Faces**  
Profesor del Instituto Internacional San Telmo

*Creo que lo mejor sería un Gobierno que tuviese una amplia base, que pudiera integrar desde la derecha a la izquierda"*

no queda otra que ahondar en los efectos de esta crisis parlamentaria y las opciones de formar Gobierno para salir de ella después del 26 de junio.

► **Rogelio Velasco:** El efecto de la incertidumbre política se ha medido entre el 0,3% y el 0,4% del PIB, pero seguramente es mucho mayor. Y a ello habría que sumar el coste de no adoptar las decisiones que se tendrían que estar tomando.

► **Grupo Joly:** Todos coinciden en el efecto perjudicial del parón político, pero es posible que el resultado del 26 de junio no vaya a ser tan aclaratorio o que desembocuen en fórmulas inestables.

► **Francisco Ferraro:** Lo óptimo es que se pudiera formar un Gobierno de concentración para ejecutar las grandes reformas, por ello más que un gran riesgo veo una gran oportunidad en estos momentos, aunque es verdad que es algo que no se ha aprovechado en estos meses.

► **Fernando Faces:** Sí, creo que lo mejor sería un Gobierno de amplia base, desde la derecha hasta la izquierda.

► **Joaquín Auriolles:** Nuestro modelo parlamentario no está siendo capaz de traducir la compleja proyección social que tenemos, quizás sea el momento de abordar estos cambios y, en este sentido, no se debe descartar la opción de introducir las dos vueltas en las elecciones.

► **Rafael Salgueiro:** No es que esté en contra de la gran coalición,

es que creo que no serán capaces de ponerse de acuerdo en ello.

► **José Ignacio Rufino:** La biodiversidad política española ha traído dos hechos: la tremenda soledad del PP y la metamorfosis de los partidos para acceder a esos segmentos electorales que aún están en disputa, de ahí, por ejemplo, el keneysianismo mágico de Podemos. Pero lo cierto es que los partidos tradicionales no tienen pegada. Una opción para resolver el acuerdo de la gran coalición sería repartir la legislatura en dos años uno y dos años otro.

► **Gumersindo Ruiz:** Las soluciones parciales no son válidas, sería bueno un partido que pudiera formar mayorías en torno a una coalición.

► **Rogelio Velasco:** Una coalición de mayorías puede gobernar, el que no puede gobernar es un partido en minoría.

José Ignacio Rufino se ha refeh-



**José Ignacio Rufino**  
Profesor de la Hispalense

*La biodiversidad política no ha resuelto, está la extrema soledad del PP y el keneysianismo mágico de Podemos"*

rido al keneysianismo mágico de Podemos, otros emplean términos más duros. "El peor escenario es un Gobierno encabezado por Podemos", explica Ferraro. Y sigue Auriolles: "Encabezado por Podemos y que haga las cosas que nos tememos que vaya a hacer, no las que dice que hará".

El programa económico de los morados incluye un aumento del gasto público de 60.000 millones de euros en cuatro años. La propuesta no les merece ninguna garantía, básicamente porque España se sitúa justo en el lado contrario, aún no ha sido capaz de controlar el déficit público para llevarlo hasta el 3% y Bruselas le ha perdonado una multa por incumplimiento por razones políticas. Sólo por eso, el nuevo Gobierno, sea el que sea, debe ajustar 8.000 millones de euros en los próximos dos años.

► **Grupo Joly:** ¿Y bajar los impuestos como propone el PP?

► **Rogelio Velasco:** La propuesta de rebajar ahora el IRPF no es se-



**Rafael Salgueiro**  
Profesor de la Hispalense

*No es que esté en contra de la gran coalición, es que creo que los partidos no van a ser capaces de ponerse de acuerdo"*

ría cuando el déficit está en el 5%. Es una falacia populista, aunque yo tampoco abogaría porque se incrementasen. Es verdad que el esfuerzo fiscal medio de los españoles es menor que el de otros países europeos, pero está muy mal repartido, los que trabajamos por cuenta ajena sí pagamos mucho.

► **Fernando Faces:** Antes de reducir los impuestos, hay que reducir los gastos en la Administración, y no me estoy refiriendo a los de educación o de sanidad, aún hay un tremendo filón en las administraciones y esto es algo que no se ha tocado.

► **Rogelio Velasco:** Nuestra estructura política administrativa es excesiva, pero es que además tenemos un problema de reparto. Yo sí contrataría a más inspectores fiscales, y que saliesen a la calle, y doblaría el servicio exterior. O mejoraría el gasto de Defensa, que es ridículo, y todos sabemos los riesgos históricos que

## "Andalucía, más o menos como España, pero menos"

► **Francisco Ferraro:** Andalucía va más o menos como España, pero menos, ésa es la singularidad. Estados Unidos recuperó su PIB de antes de la crisis en 2012; Europa lo hará en 2016; España en 2018, y Andalucía deberá esperar al 2019 o 2020.

► **Rogelio Velasco:** Para Andalucía hay que tener muy en cuenta que el crecimiento económico se basa en actividades intensas de conocimiento, y esto no es sólo tecnología, es saber inglés y es conocer bien el mundo.

► **Fernando Faces:** Los problemas persisten, es decir el elevado desempleo, el alto endeudamiento y la falta de formación. Peor que España, la ventaja es que tenemos estabilidad política, a diferencia de lo que ocurre en España.

► **Joaquín Auriolles:** Lo que sí me preocupa es que hemos llegado a unos niveles de financiación de los servicios públicos que son indignos, las diferencias con la media de las comunidades es enorme, esto es bastante preocupante.

corre un país con ello. Pero tenemos una administración de cuatro niveles, y eso nadie lo tiene. Y un exceso de legislación.

► **Francisco Ferraro:** Hay más empleados públicos, se han anulado pocas empresas públicas y los ayuntamientos siguen creando empresas.

► **Joaquín Auriolles:** En efecto, hay que retomar las reformas estructurales, pero hay que admitir que todas las reformas que se han hecho siempre renían el mismo cariz social. Todas, mientras no se ha tocado la estructura institucional.

► **Fernando Faces:** El problema es que no podemos hablar de reformas estructurales porque el término se ha contaminado, es terrible. Y hay reformas que no cuestan ni un duro, como la de unidad de mercado...

Y entonces comienzan a citar más ejemplos: la liberalización

Continúa en la página siguiente ►►

# 26-J ELECCIONES GENERALES

## GOBIERNO Y ECONOMÍA | LA OPINIÓN DE LOS ECONOMISTAS DEL GRUPO JOLY



**Gumerindo Ruiz**  
Catedrático de Política Económica de la Univ. de Málaga

*Estoy a favor de que el Estado se convierta en empleador de último recurso cuando todo lo demás falle"*



**Rogello Velasco**  
Profesor del Instituto de Empresa

*Es una falacia populista que se pueda reducir el IRPF en un momento en que estamos advertidos por Bruselas"*



**Joaquín Auriolas**  
Profesor de la Universidad de Málaga

*Todas las reformas estructurales han tenido el mismo cariz social, se ha agotado el término"*

» Viene de la página anterior

de los servicios, farmacias, notarias, las reformas institucionales, la de la justicia

Francisco Ferraro defiende la propuesta del último informe anual del Banco de España, donde se solicita una relajación del contrato del trabajador fijo para aumentar el empleo.

» **Francisco Ferraro:** Lo apoyo, pero se levantó una oleada de indignación en los partidos de izquierdas y la puesta de perfil de Ciudadanos y del PP.

» **José Ignacio Ruffino:** No creo, de verdad, que el contrato indefinido sea ya un problema, éste no es un problema en las empresas. Y se ven casos muy graves, que rozan lo degradante. Lo que la izquierda ha propuesto, Podemos en concreto, es repartir el empleo público porque es el indefinido. Menos horas, menos salarios y más empleados.

» **Francisco Ferraro:** La reforma laboral y el proceso de devaluación interna que vino con el ajuste se ha traducido en un aumento del empleo, ha sido un proceso positivo con independencia de que, como dice José Ignacio, hay casos singulares que pueden ser degradantes. Y subimos porque hay más empleo y, con ello, más consumo de las familias. No hay otro modo de reducir la tasa de paro del 20%, o del 30% en Andalucía, que sea mediante una flexibilización del mercado laboral.

» **Gumerindo Ruiz:** No puedo estar en más desacuerdo con esa afirmación. Es más, estoy a favor de que el Estado sea el empleador de último recurso cuando todo lo demás falle, como ocurre con la educación o con la sanidad.

» **Rafael Salguero:** Vengo de ofr a Pedro Sánchez y ha explicado



Los economistas, en torno a la mesa donde fueron reunidos por el Grupo Joly.

FOTOS: JUAN CARLOS VIZCOSA

que su reforma laboral consiste en volver al Estatuto de los Trabajadores de principios de los años ochenta...

» **Grupo Joly:** ¿Cómo véis la economía nacional? ¿Saliendo aún?

» **Rogello Velasco:** Estamos creciendo al 3% gracias a una política fiscal expansiva, porque el déficit es del 5%. Pero se basa en un modelo que no es sostenible a largo plazo, porque nos estamos beneficiando de causas externas que pueden variar. No hacemos lo que sí ha hecho Alemania o Suecia, que son economías de oferta, que venden mucho en el exterior y que tienen una gran capacidad para traducir los avances tecnológicos

en su economía productiva. No sólo el avance tecnológico, el crecimiento viene de la utilización masiva del conocimiento.

» **Joaquín Auriolas:** El viento de cola es excepcionalmente bueno.

» **Francisco Ferraro:** En el contexto internacional hay un estancamiento secular, marcado por un nivel de apalancamiento alto, tanto público como privado; una contracción en el comercio, que aunque se ha recuperado frente a la crisis, ha bajado, y una baja productividad. Aun así, y a pesar de todo esto, se crece en torno al 3,2% o al 3,3%, de modo que no son datos complacientes, pero no son para ahondar en la alarma.

» **Joaquín Auriolas:** Lo que tenemos es un aumento récord de los desequilibrios, de déficits y superávits; unos bancos con graves problemas de gobernanza y defachada ética, y quizás sea ahora el momento en que la Unión Europea deba definir con claridad cuál debe ser su futuro.

» **Rafael Salguero:** Creo que, para Europa, es inexcusable el TPI. Estados Unidos sigue siendo el centro del mundo por muchas razones, no lo va a dejar de ser por mucho que se hable de China. Si se desengancha del tratado, demostraríamos que somos los más despistados del planeta.

» **Rogello Velasco:** Me pregunto

qué se podría hacer en caso de otra crisis, porque todas las políticas están ya al límite, lo están los tipos de interés, lo está, casi, la política fiscal, y esto no termina de canalizarse adecuadamente. Después, está el problema de los bancos y es que la banca, tal como la concebimos en estos momentos, no es viable con esos tipos tan bajos. Y, por otra parte, hay un tremendo desequilibrio en Europa. Los países escandinavos, Alemania y Holanda están teniendo crecimientos muy prolongados, mientras en el sur se está estancando.

» **Fernando Faces:** Estamos ante un cambio de era, los mecanismos de antes no funcionan correctamente, es desconcertante y esto nos lleva a una escasa visibilidad sobre el futuro. Es esta fragilidad lo que provoca el freno de la inversión, no se está invirtiendo, ni aquí ni en Estados Unidos. Es la inseguridad frente al futuro lo que frena la inversión, y esa es una de las grandes causas del estancamiento secular. También están los problemas de los bancos, la baja productividad, hay una extraordinaria financiación de la economía, pero lo cierto es que no se invierte. Por eso las políticas de los bancos centrales no se dejan notar cómo deberían, eso provoca una gran impotencia, de modo que este tema no está resuelto y nadie puede asegurar que haya otra segunda gran depresión a la vuelta de la esquina.

» **Gumerindo Ruiz:** Apuntaría que hay otro problema, que pasa desapercibido, pero es muy grave, y es el demográfico, que se ve en Europa, pero también en países en desarrollo. No es sólo el problema del envejecimiento, sino de falta de empleo entre la gente joven.



# La Junta y empresarios de playa avanzan en el desbloqueo de los chiringuitos

► Medio Ambiente prevé terminar la legalización de los establecimientos antes de finales de 2016

LA OPINIÓN MÁLAGA

■ Nueva reunión de la mesa técnica de Chiringuitos, integrada por la Consejería de Medio Ambiente y por representantes del sector de empresarios de playa, para «poner en común los distintos problemas que afectan al sector»; principalmente en lo que se refiere a la gestión del dominio público marítimo-terrestre.

En la última reunión que se mantuvo en marzo, tras la amenaza de paros de los empresarios, los técnicos autonómicos informaron de que estaban analizando el encaje con el reglamento de la ley de Costas de cada uno de los negocios que actualmente funciona con una licencia pendiente de renovación. En Málaga son 197 -aproximadamente la mitad del total- los bares y restaurantes que se encuentran en el limbo jurídico y a los que la Junta pretende ir dando amparo legal antes de que acabe este año. Con unos criterios, además, que tendrán muy en cuenta no sólo el respeto a la reciente interpretación de la norma -que se ha

suavizado respecto a la polémica lectura que se hizo hace ocho años-, sino también el espíritu de colaboración, traducido en encuentros periódicos, que se acordó con los representantes del gremio en la última reunión.

En una nota de ayer, la Consejería de Medio Ambiente señaló que la reunión fue «positiva y fructífera», ya que se desarrolló «en todo momento con espíritu constructivo y desde la lealtad entre las partes». En ella, según explica, se abordaron diversas cuestiones relativas a la gestión de los chiringuitos de playa, a propuesta fundamentalmente del propio sector, con el propósito de establecer criterios técnicos para desbloquear las situaciones administrativas más complicadas en la tramitación y seguimiento de los expedientes administrativos de concesión que afectan a estos establecimientos.

Durante el encuentro se dio cuenta del estado en que se encuentra la tramitación de los dichos expedientes, del grado de cumplimiento de las iniciativas parla-



Manuel Villafaina.

mentarias relacionadas con ellos, y de «otros temas del mutuo interés de la Administración autonómica y del empresariado».

Por parte de la Consejería asistieron a la reunión el titular de la Dirección General de Prevención y Calidad Ambiental, Fernando Martínez; el Jefe del Servicio compe-

te en la propia Dirección, Francisco Sempere, así como los jefes de Servicio y técnicos de las Delegaciones Territoriales de las seis provincias con litoral, Almería, Cádiz, Granada, Huelva, Málaga y Sevilla. Por parte del sector, asistieron los dirigentes de la asociación empresarial Facplaya, encabezados por su presidente, Norberto del Castillo; su vicepresidente, Manuel Villafaina, y el resto de delegados provinciales.

Los trabajos continuarán ahora entre ambas partes en las distintas provincias en el ámbito de las correspondientes delegaciones territoriales de la Consejería de Medio Ambiente.

Hay que recordar que las concesiones comenzaron a expirar en el año 2005, dejando decenas de solicitudes sin resolver en la mesa de negociación. En 2011 la Junta de Andalucía solicitó la titularidad de las competencias relativas a los chiringuitos, que obraban hasta ese momento en manos del Gobierno. La transferencia fue aprobada con el objetivo de agilizar la regulación.

LA OPINIÓN DE MÁLAGA, 12/06/16.

# De la Torre acude a los tribunales contra la Junta por el plan de inundabilidad

● Habla de "discriminación" a los propietarios de los suelos afectados, ya que en otras zonas del país las medidas son menos restrictivas

S. Sánchez MÁLAGA

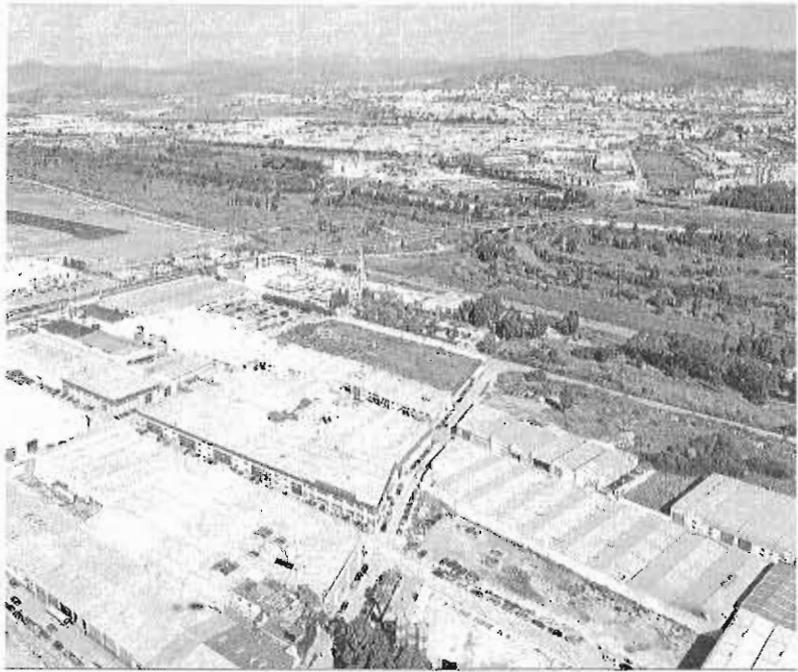
El Ayuntamiento de Málaga abre una nueva disputa judicial con la Junta de Andalucía. A los numerosos recursos contenciosos ya interpuestos con motivo del Metro (ya fuera por las cuestiones económicas aún por resolver o por el proyecto del trazado en superficie hasta el Civil) se suma ahora el plan hidrológico de las cuencas mediterráneas andaluzas, publicado el pasado 23 de febrero por orden del consejero de Medio Ambiente. De acuerdo con la información aportada ayer desde la Casona del Parque, la Junta de Gobierno Local dio luz verde ayer a la Asesoría Jurídica Municipal para que lleve a cabo las acciones judiciales oportunas en orden a la interposición de un recurso contencioso-administrativo contra el artículo 34.4.b) de esta normativa.

El principal argumento empleado desde el equipo de gobierno del PP es que, tal y como corrobora un informe jurídico emitido por la Gerencia de Urbanismo, "se produce de forma arbitraria una discriminación en el ejercicio de los derechos que corresponden a los propietarios de terrenos situados en

zonas inundables, dependiendo de la demarcación hidrográfica a que pertenezcan".

El plan objeto de controversia delimita como inundables una gran parte importante del término municipal de la capital. Así, entre los suelos clasificados en el actual Plan General como urbano consolidado se encuentra la zona de El Limonar, los polígonos industriales del Guadalhorce, el aeropuerto, Guadalmar, Campanillas y toda la zona que rodea a los arroyos Jaboneros y Gállea, entre otros. A estos espacios se suman zonas con planeamiento aprobado pendientes de desarrollar, como Colinas del Limonar.

Espacios de la ciudad en los que, tomando en consideración el artículo objeto del recurso, no se podría construir ni edificar. El citado precepto precisa que en las zonas inundables "no se permitirá la edificación o la instalación de nuevas construcciones, temporales o permanentes". "El citado artículo parece desprenderse que con la nueva delimitación de zonas inundables que realiza el plan hidrológico quedarían in edificables muchas zonas que en el nuevo PGOU son edificables", precisan desde el Ayuntamiento.



Vista del río Guadalhorce y los polígonos industriales.

Colinas del Limonar, los polígonos, el aeropuerto, zonas donde no se podría edificar

Por ello, los responsables municipales entienden que la entrada en vigor del citado plan y la ausencia de un régimen transitorio en su normativa, "podría conllevar la denegación de licencias para la edificación o instalación de nuevas construcciones, temporales o permanentes", en suelos clasificados por el planeamiento como urbanos consolidados, con las consiguientes reclama-

ciones de responsabilidad patrimonial por parte de los propietarios afectados.

Por el contrario, según iuciden desde el Ayuntamiento, los planes hidrológicos de otras zonas del territorio español, caso de las demarcaciones hidrográficas del Cantábrico, Guadalquivir, Ceuta, Melilla, Segura y Júcar, "no son tan limitativos", ya sea porque no imponen restricción alguna, como ocurre en la Demarcación Hidrológica del Guadalquivir, o porque se permite el ejercicio de las facultades antes mencionadas con el cumplimiento de determinados requisitos, como ocurre en la Demarcación Hidrológica del Cantábrico Oriental.

"Ello infringe manifiesta-

mente el principio de igualdad ante la ley (...) en cuanto que se produce de forma arbitraria una discriminación en el ejercicio de los derechos que corresponden a los propietarios de terrenos situados en zonas inundables, dependiendo de la demarcación hidrográfica a que pertenezcan", denuncian desde el Consistorio. Asimismo, con el objeto de evitar perjuicios de "imposible o difícil reparación", la Junta de Gobierno acordó solicitar la medida cautelar de suspensión de la vigencia del artículo 34.4 b), respecto al suelo urbano consolidado, prevista en el artículo 129.2 de la Ley de la Jurisdicción Contencioso-Administrativa.

# Una jornada **marítima** centrada en la 'economía azul'

● El Clúster Marítimo-Marino pone en valor las posibilidades del sector de la provincia

R. L. MÁLAGA

El Clúster Marítimo-Marino de Andalucía (CMMA) conmemoró ayer el Día Marítimo Europeo (DME) con un acto celebrado en La Farola de la capital malagueña y en el que puso en valor las posibilidades del sector marítimo de la provincia en cuanto a crecimiento azul y competitividad. El presidente del Clúster, Javier Noriega, destacó durante el acto que el 90% del comercio exterior de la

Unión Europea (UE) se desarrolla a través de sus aguas, y el sector marítimo representa unos cinco millones de puestos de trabajo, además de ser uno de los pocos sectores que en la época de crisis en España no ha dado un paso atrás en cuestión económica y se establece como un eje prioritario de futuro para la creación de empleo en Málaga y en Andalucía.

En este sentido dijo que, según los indicadores de empleo en España, el turismo costero genera

1,5 millones de puestos de trabajo; el de pesca, 392.777 empleos; el de embarcaciones de recreo, 25.240; y el de equipamiento marítimo, 14.523, entre otros.

Así, manifestó que, en materia de empleo, la economía azul se presenta como una de las más claras oportunidades, con los puertos como motores de innovación para el desarrollo industrial en los diferentes sectores. Noriega mantuvo que para aprovechar el potencial de la economía azul "las administraciones competentes, la empresa y el mundo del conocimiento debemos proteger, innovar, invertir, formar y difundir el medio marítimo-marino".

MÁLAGA HOY, 11/06/16.

## ECONOMÍA

# La OCDE pide el fin de la austeridad en Europa y echa un capote a España

● El organismo afirma que los recortes que se dieron sobre todo entre 2011 y 2013 "contribuyeron a intensificar y prolongar la recesión" ● Defiende que no haya sanción por incumplimiento del déficit

Agencias PARÍS

La OCDE considera que la austeridad en la Eurozona contribuyó a intensificar la recesión entre 2011 y 2013, y que ahora lo que hace falta es dinero público para la inversión y reformas que reanimen un crecimiento raquítico, aun a riesgo de saltarse las reglas del Pacto de Estabilidad.

Eso significa, de entrada, dejar de lado cualquier idea de sancionar a España y Portugal, que el año pasado se saltaron los objetivos de reducción del déficit a los que se habían comprometido con la Comisión Europea, señaló ayer su secretario general, Ángel Gurría.

En la presentación a la prensa de dos informes de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) sobre la Unión Europea y la Eurozona, Gurría insistió en que "nadie tendría que ser sancionado" y en que "España y Portugal han hecho un esfuerzo muy grande" de reformas en plena crisis. En el caso español, abundó, la reforma



La vicepresidenta del Gobierno, Soraya Sáenz de Santamaría, ayer en rueda de prensa tras el Consejo de Ministros.

JUAN CARLOS HIDALGO / EFE

Ángel Gurría  
Secretario general de la OCDE

*No debería haber multa. España y Portugal han hecho un esfuerzo muy grande en reformas"*

laboral de Rajoy en 2012 ya se ha traducido en la creación de 500.000 empleos. "España está recogiendo los frutos de haber tomado decisiones difíciles en el pasado", subrayó.

Los dos países tienen abierto un procedimiento por déficit excesivo en el Ejecutivo comunitario que se ha dejado congelado hasta el mes de julio para no interferir en las elecciones legislativas españolas del 26 de junio.

La OCDE constata que la economía de la Eurozona no acaba de despegar, y así prevé que en 2016 la progresión del Producto Interior Bruto (PIB) será únicamente del 1,6%, como en 2015, y el ritmo sólo subirá en una décima al 1,7% en 2017.

El secretario general justificó los recortes presupuestarios que se hicieron en plena crisis, aun reconociendo que "contribuyeron a intensificar y a prolongar la recesión" en los países más afectados, porque en ese momento "no había otra opción" para po-

## El Gobierno defiende su política de ajustes "equilibrada"

La vicepresidenta del Gobierno en funciones, Soraya Sáenz de Santamaría, defendió ayer la política de consolidación fiscal "equilibrada" puesta en marcha el Ejecutivo en este legislatura y que, a su juicio, es la que ha permitido mejorar los ingresos y que España crezca y cree empleo. Al término de la reunión del consejo de ministros, Santamaría valoró las declaraciones del secretario general de la OCDE, Ángel Gurría. Según la vicepresidenta, el Gobierno del PP se encontró en 2011 un país en recesión y gracias a su política presupuestaria "muy equilibrada",

consiguió que en 2014 España saliera de la recesión y que en 2016 sea de los países de la UE que más crece. "Defendemos esa política presupuestaria equilibrada que nos ha permitido recuperar la confianza y también una dinámica de creación de riqueza y empleo", subrayó para añadir que el Ejecutivo evitó el rescate del país y con ello los recortes que se han visto en otros países rescatados. Gracias a la política aplicada por el Ejecutivo, afirmó la vicepresidenta, en los Presupuestos de 2016 el gasto social acapara el 53,5% de todo el gasto, por encima de las cifras de 2015, por lo que

volvió a insistir en que evitando el rescate se han evitado "grandes recortes" y, a su vez, tener un "mayor desahogo" de cara a las próximas cuentas públicas. Sobre la posible multa a España por el incumplimiento del déficit en 2015, confió en que Bruselas ponga en valor el esfuerzo que han hecho todas las administraciones por reducir el déficit todos los años. "Ese esfuerzo, junto con el programa de reformas, yo creo que pesa y ha pesado en este procedimiento", reiteró. Por su parte, el coordinador general de IU, Alberto Garzón, afirmó ayer que si la OCDE se suma a la petición de

más gasto público se debe a que "la realidad es la que manda, y después de siete años de recortes la situación no sólo no ha mejorado, sino que para gran parte de la población ha empeorado". Declaró que hay que aplicar "una política en la que los intereses de la mayoría social estén por encima del déficit, que hay necesidad de rebajar, pero sin que sea la prioridad absoluta". "Hay que reducir el déficit de forma más lenta, relajada y razonable, que es lo que plantean la OCDE y el FMI y lo que llevamos planteando muchos años con el silencio del PP", dijo.

der recuperar el acceso a los mercados y financiar la deuda.

De hecho, aquellos recortes se cebaron con la inversión pública, la protección social de la familia y la infancia, y condujeron a una mayor presión fiscal en el trabajo, lo que afectó negativamente al potencial de crecimiento futuro.

En el lado positivo, y como consecuencia de los esfuerzos de reforma, "hoy el sistema financiero es mucho más estable" y eso permite utilizar el "margen" presupuestario para abordar la cuestión que "no está funcionando",

que es "el crecimiento", argumentó.

Según el lenguaje de la OCDE, "en el contexto actual de recuperación lenta, los países deberían utilizar la flexibilidad autorizada (...) para ralentizar o suspender temporalmente sus esfuerzos de saneamiento y, si el Pacto de Estabilidad ofrece suficiente margen, adoptar una orientación expansionista".

Se trataría de ampliar los plazos para cumplir los objetivos de reducción del déficit en los países que llevan a cabo "reformas de gran amplitud" en el terreno fis-

cal y en la orientación del gasto para partidas que "mejoren el crecimiento potencial y la sostenibilidad a largo plazo" de las cuentas públicas.

El dinero habría que dedicarlo a inversiones públicas (como ejemplo se citan las redes transeuropeas) y a la educación o el cuidado de los niños pequeños, que puede ayudar a la mejor inserción laboral de sus madres.

En paralelo, los autores de los informes de la OCDE apuestan también por desplazar los impuestos del trabajo al consumo y a la propiedad para no penalizar

tanto la actividad y favorecer una mayor equidad. En una línea similar, aconsejan ampliar las bases de imposición para poder disminuir la tasa de imposición.

La OCDE está preocupada por la posibilidad de que el referéndum del próximo día 23 en el Reino Unido dé lugar a la salida de ese país de la UE, que sería un paso atrás en una de sus repetidas recomendaciones: aumentar la integración y eliminar las barreras interiores para avanzar en un verdadero mercado único que por ahora "sigue lejos de estar completado".

5



**CADENA ALIMENTARIA UNIDA.** La patronal agroalimentaria Landaluz y la de la distribución CAEA celebraron ayer el IV Foro de la Empresa Agroalimentaria y la Distribución. En la imagen, Álvaro Guillén, presidente de Landaluz; la directora de Industrias y Cadena Agroalimentaria de la Junta, Rosa Ríos; la directora de Comercio, Silvia Oñate, y el presidente de CAEA, Luis Osuna.

## La distribución andaluza rebaja sus expectativas por la incertidumbre política

● El presidente de la patronal CAEA reduce medio punto el crecimiento previsto del 2% ante la caída de la confianza del consumidor

T. Monago SEVILLA

El Índice de Confianza de los Consumidores que elabora el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) lleva cinco meses bajando, entre otras cosas por la parálisis política. Ayer, en el IV Foro de la Empresa Agroalimentaria y de la Distribución, el presidente de la patronal de la distribución andaluza (CAEA), Luis Osuna, rebajó medio punto la previsión de crecimiento del sector, en principio fijada en el 2%, precisamente por esa mayor desconfianza del consumidor. Las empresas de distribución que operan en Andalucía facturaron 15.222 millones de euros en 2015.

Osuna admitió que esta situación de cierto retraimiento del consumo preocupa al sector. "Las aperturas nuevas y la agresividad comercial crecen y sin embargo el consumo se mantiene estable. La conclusión es que es más difícil para las empresas sacar su cuenta de resultados", afirmó el también director general de Covirán. Pese a esta perspectiva, Osuna confió en "un esquema de Gobierno estable cuanto antes" y puso el énfasis en que se seguirá creciendo, aunque no tan rápido como antes.

En el foro —organizado por CAEA y la patronal agroalimen-

taria Landaluz como punto de encuentro de estos dos elementos de la cadena alimentaria— se presentó la segunda edición del *Estudio del sector agroalimentario en Andalucía*, elaborado por la auditora KPMG. El informe analiza las 29 empresas agroalimentarias con mayor facturación en Andalucía y, aunque los datos están referidos a 2014, permite sacar algunas conclusiones sobre la evolución del sector en los últimos años. Ya se sabía, por ejemplo, que había mejorado su cifra

La agroindustria elevó en 2014 el margen de beneficio tras varios ejercicios de caídas

de negocio desde 2011 año a año, incluso en los peores ejercicios de la crisis. 2014 no fue una excepción y la facturación creció un 0,69%, hasta 4.030 millones de euros. Lo que sí es novedoso es que por primera vez desde 2011 esta industria mejora la rentabilidad, o lo que es lo mismo, el margen bruto de beneficio, que pasa del 36,76% de las ventas al 37,83%. Sin embargo, el resulta-

do de explotación (Ebitda) cae del 9,28% al 8,34% de la facturación por aspectos no relacionados con el negocio recurrente como incrementos de determinadas partidas de gasto como personal y explotación, y por deterioros.

El empleo crece de 10.140 personas a 10.215 sin que ello suponga una merma de la productividad. Y, en cuanto al resultado financiero, el balance mejora por los tipos a la baja y el desapalancamiento progresivo de las empresas. El punto negativo, según afirmó José Antonio Gómez, socio director de KPMG, es que "no ha habido actividad inversora por parte del sector", aunque eso es precisamente lo que ha permitido a las compañías ir devolviendo la deuda.

El informe también tiene una parte de encuesta entre empresas que da pistas sobre la percepción del sector sobre la realidad actual y el futuro. Así, se percibe cómo es prioritaria la reducción de costes para poder competir en precio. Para el 47%, éste es el factor más importante para tener éxito en el mercado global y el 34% enfoca hacia ese aspecto la inversión. Las redes sociales aparecen, por otro lado, como el medio más importante para comunicarse con el consumidor (el 37% lo considera así) y el 36% cree que el factor más determinante del futuro será el comercio *on line*. En lo que se refiere a la exportación, las empresas lo tienen claro: la mayoría, el 36%, cree que EEUU es el mercado con más oportunidades.



# El retraso de los fondos europeos aplaza las misiones comerciales de la Cámara

**Internacionalización** ▶ El organismo cuenta con una dotación de 900.000 euros de fondos Feder para 2016 que aún no se ha hecho efectiva, lo que ha impedido celebrar los viajes programados en el primer semestre donde iban a participar más de 50 empresas **Reubicación** ▶ A la espera de estas partidas, se trabaja ya para buscar nuevas fechas para estas misiones tras el verano

JOSÉ VICENTE RODRÍGUEZ MÁLAGA  
▶ @josevirodriguez

■ La Cámara de Comercio de Málaga no ha podido realizar todavía ninguna de las misiones comerciales previstas en este 2016 a diversos países con empresas de la provincia por el retraso en la llegada de los fondos europeos Feder, con los que este organismo costea sus acciones de internacionalización. La Cámara tiene aprobada una dotación de 900.000 euros a cargo de esos fondos para este ejercicio pero el hecho de que estemos al inicio de un nuevo programa europeo (2016-2020) ha provocado que la tramitación entre Bruselas, el Gobierno y Cámara de España para liberar esas partidas se esté retrasando más de lo inicialmente previsto. Según explicó ayer a este periódico el responsable del departamento de Comercio Exterior y Turismo de la Cámara de Málaga, Juan José Ríos, el resultado de esta demora administrativa es que se han tenido que aplazar ya todas las misiones comerciales programadas para la primera parte del año, que tendrán que ser ahora recolocadas a lo largo del segundo semestre de 2016, en la medida de lo posible.

«No hemos cancelado ninguna de estas misiones, sino que estamos trabajando para situarlas en nuevas fechas, siempre ya después del verano. Pensábamos que la convocatoria de los fondos Feder iba a estar resuelta desde hace algunos meses pero no ha sido así porque un nuevo programa siempre incluye muchos cambios operativos, aunque nos comentan que está ya al caer. Seguimos esperando, de momento, a que nos anuncien oficialmente su puesta en marcha. El problema no se está dando sólo en la Cámara de Málaga, sino en todas las que dependen de fondos europeos, y entre ellas están las andaluzas», afirmó.

Los fondos Feder permiten a la Cámara sufragar a las empresas participantes en las misiones comerciales el 80% del gasto (viaje, alojamiento y organización de agenda de contactos), teniendo ellas que abonar únicamente el 20% restante.

La Cámara de Málaga tenía previsto realizar este año un total de 21 acciones promocionales con diferentes países en el segmento de comercio exterior y otras 15 en el ámbito especializado turístico. El plan cameral de internacionalización incluye misiones comerciales directas, misiones inversas (cuando se



Las grúas de carga del Puerto de Málaga. ALEX ZEA

**Financiación europea**  
Los fondos Feder permiten a la Cámara sufragar las empresas el 80% del gasto del viaje, teniendo ellas que abonar sólo el 20%

Misiones	<b>las claves</b>	Comercio exterior
<p>▶ El plan cameral para este año, presentado en marzo, prevé un total de 21 acciones promocionales con diferentes países en el segmento de comercio exterior y otras 15 en el ámbito especializado turístico.</p>	<p><b>Exportadores</b></p> <p>▶ En Málaga hay casi 4.500 negocios que exportan el extranjero aunque sólo 814 de ellos lo hacen de forma regular. La cifra ha subido un 40% respecto a hace unos años.</p>	<p>▶ Las exportaciones en Málaga mantienen una buena tónica de crecimiento, tras firmar en 2015 un nuevo récord de 1.762 millones de euros, un 8% más que el año anterior. En este 2016, y hasta marzo, vienen subiendo un 6%.</p>

invita a Málaga a empresas de otros países) y visitas a ferias internacionales. Hasta la fecha, el retraso en la llegada de los fondos Feder ha impedido la celebración de las misiones directas a Emiratos Árabes y Omán (prevista inicialmente para abril), Filipinas y Vietnam (mayo), Kazajstán, Rusia y Azerbaiyán (mayo) y Polonia y Rumanía (junio), todas ellas de carácter multisectorial. Tampoco se han podido acometer, en el ámbito de las misiones específicas para el sector turístico, las programadas a China (abril) y Kazajstán, Rusia, Azerbaiyán (mayo). Ríos recordó que la media de participantes por misión suele oscilar entre las siete y las nueve empresas, por lo que estos aplazamientos han podido afectar a los planes de más de 50 empresas que estaban dispuestas a formar parte de las mismas.

«Las empresas han estado puntualmente informadas de todo lo que está pasando, sabiendo que

todo esto no es por nuestra voluntad sino porque dependemos de terceros. Cuando haya nuevas fechas para los viajes las avisaremos y también haremos nuevas convocatorias por si quieren apuntarse algunas más», dijo Ríos.

El retraso de estas misiones se produce en un momento en el que tanto las administraciones como los colectivos empresariales recalcan la importancia de acudir a los mercados exteriores. De hecho, las exportaciones en Málaga han crecido un 66% desde 2008 y se mueven en cifras récord (1.762 millones en 2015), ya que la crisis obligó a las empresas a dar el salto internacional para paliar el desplome del mercado interno. No obstante, la Cámara viene advirtiendo de que las firmas que exportan son aún «muy escasas» en relación al total. Según la agencia Extenda, en Málaga hay actualmente casi 4.500 empresas que exportan, pero sólo 814 de ellas lo

hacen de forma regular, reuniendo además el 87% de las exportaciones en la provincia. La cifra de exportadores ha subido un 40% respecto a hace unos años pero teniendo en cuenta que en Málaga hay por ejemplo 57.000 empresas de alta en la Seguridad Social, el porcentaje (sobre todo, el de exportadores regulares) es exiguo.

Ríos apuntó que ya trabajan con agencias de viajes y oficinas comerciales en la reubicación de esos viajes en otras fechas, aunque no existe la certeza de que puedan rescatarse todas las misiones. «Lo intentaremos», aseguró. Las de Kazajstán, Rusia, Azerbaiyán, en principio, se harán en octubre, y la de Filipinas, en diciembre, mientras que el viaje a China pasará a septiembre. Lo que ya sí será imposible de paliar dentro del plan cameral es la ausencia de la Feria del Libro en Argentina (fue en abril) o del certamen industrial Drupa en Alemania (se celebra estos días).

La demora de la llegada de los fondos Feder provocará además que el calendario a partir de septiembre sea intenso, ya que las misiones que se reubiquen coincidirán con las inicialmente programadas en esos meses: Colombia y Panamá (septiembre), Perú, Chile y Uruguay (noviembre) e Irán y Kuwait (diciembre) integran el resto de misiones multisectoriales para este 2016, mientras en el segmento de turismo también restan las de Estados Unidos (septiembre-octubre) y Sudáfrica (con fecha exacta aún por fijar).

Ríos añadió que la carencia de fondos europeos en esta primera parte del año también está imposibilitando la organización de las misiones comerciales inversas, aunque en este caso el plan cameral no establecía fechas concretas para su celebración. En principio, las hay previstas a nivel multisectorial con firmas de Latinoamérica e Irán y, en el segmento turístico, con empresas de Alemania, Dinamarca y Suecia.

Otro de los servicios de internacionalización de la Cámara de Málaga que se están viendo afectados es el Programa Expande, por el que se presta a las empresas una consultoría de 80 horas en las que se selecciona un mercado de destino y se elabora un plan de marketing, con la opción de desarrollar una acción determinada (ya sea, un viaje o material promocional o una web al efecto). «El año pasado atendimos con el Programa Expande a cerca de 60 empresas. Este año todavía no hemos podido hacer nada», dijo.

## Opinión

## LA RACIONALIDAD BRITÁNICA A PRUEBA



Jean  
Pisani-Ferry

Profesor de la Escuela Hertie de Gobernanza de Berlín y Comisionado General de France Stratégie

Si en el referéndum del 23 de junio los votantes británicos deciden que su país abandone la Unión Europea, no será por razones económicas. Puede que opten por el *Brexit* porque desean una soberanía completa, detestan a Bruselas o quieren que los inmigrantes vuelvan a sus países, pero no por esperar grandes beneficios económicos. Al principio, los partidarios del *Brexit* parecían contar con dos argumentos económicos importantes. El primero era el abrumador reehazo de los británicos al aporte fiscal neto de su país al resto de la UE, que en la actualidad es de un 0,4 por ciento del Producto Geográfico Bruto (PGB). Desde que en 1979 la primera ministra Margaret Thatcher exigiera, por primera vez, la "devolución del dinero", a ojos de la opinión pública los costes presupuestarios de ser miembro de la UE han sobrepasado ampliamente sus beneficios económicos. El segundo argumento era el lamentable estado de la economía de Europa continental. En promedio, otros países de la UE están por detrás del Reino Unido en términos de crecimiento del PGB, empleo o innovación (y, en un grado incluso mayor, de Estados Unidos). Si antes ser miembro de la UE se veía como una vía de acceso a la prosperidad, hoy cada vez más se considera co-

mo un freno al progreso. Pero últimamente, como lo expresara John Van Reenen de la *London School of Economics*, se ha vuelto cada vez más difícil ver las ventajas económicas del *Brexit*. A sus partidarios les resulta difícil explicar qué tipo de acuerdos comerciales o de cooperación podría establecer el Reino Unido con la UE, y mucho menos de qué manera serían más ventajosos que los actuales. Así, es complicado argumentar que por salir de la UE el país recibiría un impulso económico neto, o incluso que no se vería seriamente perjudicado. De las ocho evaluaciones económicas realizadas últimamente por el Instituto de Estudios Fiscales, solo una señala que abandonar la UE conllevaría ventajas económicas importantes. Y tal estudio, realizado, como era de esperar, por Economistas por el *Brexit*, fue blanco de intensas críticas por el resto de los economistas por carecer de una base analítica adecuada. La mayor parte de los estudios concluyen que el Reino Unido se vería muy afectado si abandona la UE, bajaría la participación de sus exportadores en la UE y quedarían al margen de los acuerdos que se negociaran en la Unión para el acceso a importantes mercados internacionales. Si bien el Reino Unido podría negociar nuevos acuerdos con estos socios, pero su poder de negociación probablemente sería menor. Esto quiere decir que el Reino Unido comerciaría menos, tanto

Es complicado argumentar que por salir de la UE el país recibiría un impulso económico neto

con la UE como con terceros países. Pagaría más por los insumos y bienes de consumo, y la menor integración de las firmas británicas a las cadenas de valor globales socavaría su productividad. El coste en términos de PGB perdido sería entre 5 y 20 veces mayor que el ahorro por dejar de aportar al presupuesto comunitario. Por decir lo menos, no sería un muy buen negocio. Los análisis modernos de la internacionalización económica muestran que el comercio exterior es un potente mecanismo de selección, ya que ofrece importantes oportunidades de selección para las empresas más productivas e innovadoras, al tiempo que les permite aprender de sus competidores del extranjero. No es casualidad que las mejores empresas del mundo sean líderes comerciales. El impacto adverso del *Brexit* sobre las posibilidades de desarrollo de las firmas británicas elevaría aún más el coste económico. Se trata de argumentos que ya se han planteado claramente en el debate previo al referendo sobre los costes y beneficios del *Brexit* y, sin embargo, no lo han vuelto más simple. En parte, la causa puede ser que los conservadores del primer ministro David Cameron están muy divididos sobre el tema, mientras que los laboristas de Jeremy Corbyn tienen una actitud más bien tibia hacia la UE. Los independientes han ganado peso, puesto que la elección no gira en torno al eje de derechas

e izquierdas. El referéndum del 23 de junio tiene su propia importancia, debido a sus importantes consecuencias sobre la relación del Reino Unido con Europa, pero también ofrecerá lecciones de mayor alcance. Si los votantes británicos deciden abandonar la UE, será señal de que los argumentos económicos racionales tienen menos peso que los llamamientos emocionales, reforzando a las fuerzas populistas de otros países (como Italia, Francia y Estados Unidos), partidarias de políticas aislacionistas que la mayoría de los expertos consideran absurdas en lo económico. Para oponerse a ellas, los partidos políticos convencionales tendrán que hacer frente a sus fallas, incluso si los hechos están de su lado, y ofrecer una narrativa lo suficientemente atractiva como para convencer a los votantes para que elijan posturas de apertura económica. Si una mayoría de los ciudadanos británicos opta por permanecer en la UE, el efecto sería el opuesto, subrayando que más allá de los sentimientos negativos que tenga la gente sobre una política o entidad determinadas, no se puede dejar de lado la razón y la lógica. Igualmente importante es que fomentaría un mayor examen de las consecuencias económicas de los programas populistas en Estados Unidos y el resto de Europa. En consecuencia, en el referéndum del 23 de junio no se juega solamente la relación entre el Reino Unido y la UE, y ni siquiera el futuro del "proyecto europeo". Lo que elijan los votantes será una prueba importante sobre si las opciones democráticas en los países avanzados se rigen por la racionalidad económica o bien por las pasiones populares.

LA PREGUNTA DE LOS 20 MILLONES DE EUROS  
¿ESTÁN TUS DATOS SEGUROS?

María José  
Miranda

Directora General de NetApp Iberia

En diciembre de 2015, los legisladores de la UE alcanzaron un acuerdo sobre el texto de la Regulación General de Protección de Datos (General Data Protection Regulation, GDPR), un nuevo conjunto de normas que afectan a toda la UE y que reemplazará a la Directiva de Protección de Datos de 1995. Esta nueva regulación introducirá nuevas obligaciones y responsabilidades para las empresas que manejen datos personales de los europeos. El incumplimiento de estas obligaciones podría acarrear multas de hasta veinte millones de euros e incluso mayores para empresas muy grandes. Aunque las compañías disponen de algo menos de dos años antes de que la nueva ley entre en vigor, ya necesitan comenzar con los preparativos para asegurarse de que estarán preparadas para cumplir con la regulación.

Uno de los cambios más importantes introducidos por la GDPR es que las normas de protección de datos de la UE serán aplicables a casi todas las empresas que mane-

jen datos personales de sujetos de la UE. Independientemente de dónde estén registradas estas compañías, se introducen responsabilidades para los controladores de los datos, así como para los procesadores de los mismos. Debido a la esela de los cambios introducidos y el riesgo de sanciones significativas, todas las empresas que manejen datos personales deberían tomar medidas de precaución. Sería prudente que revisaran cómo les afecta personalmente y qué pueden hacer para minimizar posibles riesgos.

Otros cambios resultantes de la regulación incluyen unos mayores derechos para los individuos. Los ciudadanos de la UE podrán obtener fácilmente información sobre sus datos personales en lo concerniente a cómo se están procesando y qué uso se les está dando. También se han incluido provisiones sobre el derecho a objetar y el derecho al olvido. La GDPR introduce, de igual manera, los conceptos de "privacidad desde el diseño" y "privacidad por defecto", requiriendo que se considere la protección de los datos incluso desde el momento de los planes iniciales para nuevos proyectos, procedimientos y sistemas.

Los legisladores esperan que algunos de los cambios introducidos por la GDPR reduzcan los costes de las empresas. Se prevé que las complicaciones provocadas por las

diferencias entre los distintos regímenes de protección de datos nacionales disminuirán, incorporando una singularidad de normas a lo largo de Europa. Igualmente, se espera que permita que las empresas solo tengan que tratar con una única autoridad de protección de datos, independientemente de la localización geográfica de los sujetos. Solo con esta idea, la Comisión Europea estima que se reducirán los costes para las organizaciones en 2.300 millones de euros al año.

Sin embargo, aunque la GDPR traerá nuevos beneficios por medio de la introducción de normas comunes a toda la UE, no ha sido tan bien recibida como se esperaba. Las preocupaciones e intereses nacionales afloraron durante la negociación y dieron lugar a unas cuantas situaciones en las que se permitirá a los Estados Miembros de la UE desviarse de las normas. Tales preocupaciones se componen de los costes derivados de asegurar el cumplimiento y de las muchas preguntas que han surgido en relación a cómo estas normas deberían ser interpretadas. La Comisión Europea y las autoridades de protección de datos se han comprometido a preparar una guía detallada para las empresas y organizaciones a lo largo del próximo año para darles mayor seguridad sobre lo que necesitan hacer. Las empresas que manejen datos perso-

nales deberían estar muy atentas a la elaboración de esta guía.

Para aquellas empresas que no cumplan con los nuevos requisitos, los riesgos son elevados. Además de los riesgos de reputación asociados a cualquier fuga de datos o a medidas de protección de datos débiles, y el impacto que cualquier acción privada derivada de ello pueda tener, hay que tener en cuenta las posibles multas. La GDPR permite a las autoridades de protección de datos imponer multas de hasta 20 millones de euros o el 4 por ciento de su facturación anual mundial, según qué cifra sea mayor.

Por lo tanto, las empresas necesitarán demostrar que pueden cumplir con la nueva regulación. Deberían utilizar robustos sistemas de protección de datos para asegurarse de que están mitigando estos riesgos en la medida de lo posible. Soluciones como el entorno operativo de almacenamiento *Data ONTAP* agrupado por *NetApp* se puede usar tanto en la nube como en infraestructuras in situ (*on-premise*) para crear un único sistema *Data Fabric*. Esto significa que los datos pueden ser controlados y gestionados más fácilmente, haciendo, por tanto, que el cumplimiento de la regulación sea más sencillo para los proveedores de servicios en la nube y para las empresas que los utilizan.