



**cem**

CONFEDERACIÓN  
DE EMPRESARIOS  
DE MÁLAGA

**DOSSIER DE PRENSA DIARIO**

**FECHA: 20 DE ENERO DE 2017**

## ANDALUCÍA

# Los empresarios apoyan la armonización fiscal propuesta por Susana Díaz

● La presidenta de la Junta insiste en la necesidad de crear tramos autonómicos en los impuestos

C. R.

El empresariado andaluz apoya la propuesta de armonización fiscal lanzada por la presidenta de la Junta, Susana Díaz, en la Conferencia de Presidentes. El jefe de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), Javier González

de Lara, respaldó la búsqueda de la equiparación impositiva entre las regiones porque, en su opinión, "no puede haber unas comunidades que tengan unos beneficios fiscales sobre otras".

El presidente de la patronal andaluza se mostró a favor de la solidaridad territorial y abogó por un "equilibrio" que impida "la discriminación fiscal y en materia de recursos de financiación de las comunidades". "¿Por qué pagan más las empresas en unos territorios que en otros y por qué existe esa asimetría fiscal que no la abordó la reforma de 2013?", se preguntó González de Lara para después defender que se aborde "la distribución equitativa de

la carga fiscal" en el nuevo modelo de financiación autonómica.

La propia Díaz se refirió ayer a su propuesta para acusar a los que piden una armonización fiscal a la baja de querer "desviar la atención" y aclaró que su idea pasa por establecer "una horquilla o tramos" en determinados gravá-



**Javier González de Lara**  
Presidente de la CEA

*¿Por qué pagan más las empresas en unas comunidades y existe esa asimetría fiscal?"*

menes, tal y como ya ocurre con el IRPF. Como ejemplo opuesto, la dirigente se refirió al Impuesto de Sucesiones, cuya transferencia se hizo "aprisa y corriendo".

Esta situación, según Díaz, provoca un "riesgo evidente de que se produzca *dumping* fiscal entre unas comunidades y otras". La jefa del Ejecutivo socialista defiende que hay regiones "con rentas bajas" y que "no reciben lo suficiente para mantener los recursos públicos", como Andalucía. "Con fondos propios tenemos que poner 2.000 millones para mantenerlos", apuntó Díaz, y para conseguir esa cantidad "tenemos que ir a los tramos más altos en determinados impuestos donde tenemos competencias".

En la situación contraria, la presidenta de la Junta colocó a las autonomías que pueden hacer bajadas importantes en esos mismos gravámenes. "Si eso pasa hay que saber la media en cada comunidad" para comprobar si a los que están por debajo "les sobra financiación para pagar los servicios públicos", defendió la dirigente andaluza.

## La CEA no ve positiva la subida de la luz y aboga por un acuerdo de Estado sobre energía

Publicado 19/01/2017 13:09:03CET

SEVILLA, 19 Ene. (EUROPA PRESS) -

El presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), Javier González de Lara, ha indicado este jueves que el incremento del coste de la luz que es noticia esta semana "no es positivo", y en esa línea ha incidido en que el coste de la energía es un asunto "de capital importancia" sobre el que anima a alcanzar "un acuerdo a nivel de Estado".

González de Lara se ha pronunciado sobre esta cuestión a preguntas de los periodistas en el marco de la presentación, en la sede de la CEA, del nuevo Programa de Incentivos para el Desarrollo Energético Sostenible de Andalucía que ha realizado el consejero de Empleo, Empresa y Comercio, José Sánchez Maldonado, y en la que también han participado la secretaria general de UGT-A, Carmen Castilla, y su homólogo en CCOO-A, Francisco Carbonero.

Preguntado sobre posibles medidas para propiciar una reducción del coste energético, el presidente de la CEA ha señalado que "hay muchas medidas que adoptar y que no sólo dependen de la política autonómica", sino que "a nivel nacional hay que adoptar medidas inteligentes que reduzcan el coste de la energía".

"Creo que somos de los países de la UE que tiene una energía más cara, no sólo para la actividad productiva, sino también para los hogares y las familias", ha abundado González de Lara, para recordar a continuación que "hoy mismo es actualidad cómo se incrementa el coste de la luz", algo que "creo que no es positivo".

Ha agregado que "dentro del pool energético de nuestro país hay que trabajar e incorporar todavía más si cabe a las energías renovables, sabiendo que hay posibilidades de tener recorrido en esa línea".

Además, ha incidido en que "las empresas tienen hoy por hoy un coste importantísimo que es el precio de la energía", y por encima de ideas o sugerencias que se podrán hacer más adelante "hay que tener voluntad de hacer un buen acuerdo a nivel de Estado en materia de energía", ha añadido el presidente de la CEA.

Preguntado sobre alguna medida concreta, González de Lara ha aludido al "queso de la distribución energética" de España --"combustibles fósiles, energías renovables"--, para que "para empezar no estuviera tan gravado fiscalmente", ya que "pagamos muchos impuestos por la propia energía", al igual que ocurre con el combustible, según ha abundado.

Así las cosas, el representante de los empresarios andaluces ha concluido señalando que hay "muchísima tarea" por delante e insistiendo en que "el coste de la energía es de capital importancia".

[www.lavanguardia.com](http://www.lavanguardia.com)

## **El presidente de la CEA defiende la "solidaridad interterritorial" y rechaza CCAA con "beneficios fiscales sobre otras"**

El presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), Javier González de Lara, ha defendido este jueves la "solidaridad interterritorial" en España, y se ha mostrado contrario a que "unas comunidades autónomas tengan unos beneficios fiscales sobre otras".

19/01/2017 13:32

SEVILLA, 19 (EUROPA PRESS)

El presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), Javier González de Lara, ha defendido este jueves la "solidaridad interterritorial" en España, y se ha mostrado contrario a que "unas comunidades autónomas tengan unos beneficios fiscales sobre otras".

Así lo ha indicado a preguntas de los periodistas en el marco de la presentación, en la sede de la CEA, en Sevilla, del nuevo Programa de Incentivos para el Desarrollo Energético Sostenible de Andalucía que ha realizado el consejero de Empleo, Empresa y Comercio, José Sánchez Maldonado, y en la que también han participado la secretaria general de UGT-A, Carmen Castilla, y su homólogo en CCOO-A, Francisco Carbonero.

Al hilo del debate sobre la financiación autonómica y de la Conferencia de Presidentes de comunidades celebrada el pasado martes en el Senado y en la que la presidenta

de la Junta, Susana Díaz, abogó por una armonización fiscal, el presidente de la CEA ha remarcado que "nosotros estamos siempre a favor de la solidaridad interterritorial" y "no puede haber unas comunidades autónomas que tengan unos beneficios fiscales sobre otras".

En esa línea, ha abogado por "un concepto de España global, que tiene que estar por encima de los intereses particulares o políticos de la formación que sea, del color que sea", y ha agregado que "dentro del modelo de financiación futura de las comunidades autónomas se tiene que analizar la distribución equitativa de la carga fiscal".

Así, González de Lara se ha preguntado "por qué unas empresas tienen que pagar más en unos territorios y menos en otros", y "por qué existe esa asimetría fiscal", cuestiones tras las que ha indicado que "hay mucho que hacer en esa materia".

En todo caso, ha aclarado que en la CEA están "de acuerdo en que haya un equilibrio y no exista discriminación fiscal ni en materia de recursos de financiación por parte de las comunidades autónomas, porque va a ir en detrimento de los servicios públicos que se puedan prestar, ni por supuesto en materia de las inversiones productivas ni en el perjuicio fiscal que pueda ser para las propias empresas", según ha concluido.



Un momento de la mesa redonda de ayer, con su moderador, Ignacio de Benito, a la izquierda. :: RITO SALAS

## La FP Dual, una oportunidad para las empresas y una puerta al empleo para los alumnos

El foro organizado por SUR, la Fundación Bertelsmann y la Alianza para la FP Dual analiza las claves de este nuevo modelo de formación

**MÁLAGA.** La FP Dual es un modelo de formación de éxito con el que todos ganan: los empresarios, porque incorporan conocimiento a sus compañías; para los alumnos, que tienen una puerta abierta al trabajo; y para las administraciones, ya que supone mejorar los índices de empleo y las cotizaciones sociales. En estos primeros cuatro años los resultados son muy positivos, con unos índices de inserción de los alumnos muy altos, cercanos al 80%, en la mayor parte de los casos en las mismas empresas en las que trabajaron.

SUR, la Fundación Bertelsmann y la Alianza para la FP Dual han abordado el presente y futuro de esta modalidad de formación en un foro celebrado ayer en el Instituto de Estudios Foruatiros que reunió a empresarios y docentes. El coloquio fue presentado por la directora de la Fun-



FRANCISCO GUTIÉRREZ  
fgutierrez@diariosur.es

dación Bertelsmann en España, Clara Bassols, y contó con la participación de Mercè Chacón, directora de FP Dual de Bankia.

Siguiendo en parte el sistema de la FP alemana, la Formación Profesional Dual es una nueva modalidad dentro de la formación profesio-

sional que comenzó de forma experimental en el curso 2013/14. Los proyectos de FP Dual en el sistema educativo español combinan los procesos de enseñanza y aprendizaje en la empresa y en el centro de formación y se caracterizan por realizarse en régimen de alternancia entre el centro educativo y la empresa, con un número de horas o días de estancia de duración variable entre el centro de trabajo y el instituto. Las horas y días de trabajo en la empresa varían en cada centro y especialidad, pero suelen ser entre dos y tres días de la semana con trabajo

**CURSO 2016/17**

**184**

proyectos de los 196 que se aprobaron, con un centenar de centros y 3.300 alumnos.

**29**

ciclos de FP en Dual se están impartiendo en 20 centros educativos de Málaga.

en la empresa y los otros días, con estudio en el centro. Los alumnos reciben una beca-salario por el trabajo que realizan en la empresa.

La Consejería de Educación firmó este año un acuerdo de colaboración con la Fundación Bertelsmann para promover la implantación de este modelo en las empresas andaluzas. Uno de los objetivos del desarrollo e impulso de la FP Dual en Andalucía es adecuar los proyectos aprobados a la realidad social y necesidades empresariales del entorno, así como avanzar en sectores estratégicos como la electro-

## Andalucía, entre la flexibilidad y el rigor

:: F. GUTIÉRREZ

**MÁLAGA.** La Formación Profesional Dual está experimentando en Andalucía un importante desarrollo. En un curso casi se han duplicado los proyectos formativos en esta modalidad, pasando de los 110 en el curso 2015/16 a los 196 aprobados para el actual. De la misma manera han crecido el número de empresas interesadas, que suman

ya más de 1.300. En Málaga durante este curso se están impartiendo 29 proyectos en una veintena de centros educativos. Se imparten ciclos de grado medio y superior en materias diversas que van desde las aplicaciones informáticas a comercio internacional, pasando por la jardinería, automoción o mantenimiento de material ferroviario.

La jefa de servicio de la Conseje-

ría de Educación, Luisa Fernández, explicó que el modelo andaluz es «muy flexible, todo lo flexible que podemos», para que las empresas colaboradoras tengan las máximas facilidades. Así, la definición y planificación del ciclo se discute entre la empresa y el centro educativo; la distribución horaria también se pacta entre ambos e incluso se ha admitido que las empresas incorpo-

ren a los alumnos en años alternos, de manera que termine una promoción (son dos años el ciclo) antes de incorporar a nuevos alumnos. Pero la Consejería de Educación también quiere ser «rigurosa» en el cumplimiento de los compromisos que adquieren las empresas respecto a la formación. Por esto, de los 196 proyectos que se aprobaron a principios de curso quedan activos 184, porque por distintos motivos algunos no cumplían esos mínimos. «No tenemos prisa, nuestro objetivo es proporcionar una formación de calidad», afirmó.

LAS FRASES

**Clara Bassols**  
Dtora. Fundación Bertelsmann  
«Las empresas se ahorran el proceso de selección y la formación inicial de sus trabajadores»

**Mercè Chacón**  
Dtora. FP Dual Bankia  
«Los alumnos son nativos digitales y esto supone incorporar innovación»

**Luisa Fernández**  
Jefa servicio Consejería Educación  
«Es una apuesta firme de la Junta, con un modelo flexible y a la vez riguroso»

**Reyes Gómez**  
Directora de Formación de CEA  
«Con la Formación Profesional nos estamos jugando la competitividad de nuestro país»

**Inmaculada Balsera**  
Técnico formación Media Markt  
«Los alumnos aportan savia nueva, conocimiento e innovación»

**Marlo Martín**  
Gerente Grupo Servihogar  
«Hay que dedicar cierto tiempo a la formación, pero resulta una inversión muy rentable»

**Carlos Martín**  
Director general de FP de CESUR  
«Este modelo obliga a los profesores a estar en contacto con el entorno empresarial»

**David Bernal**  
Estudiante IES Campanillas  
«En la empresa no soy un becario, sino un trabajador más y tienen en cuenta mis opiniones e ideas»

**Ignacio de Benito**  
Coordinador Alianza para la FP Dual  
«Si la FP Dual es una inversión de futuro, ¿por qué no probarla?»

en cada comunidad autónoma, «lo que nos supone verdaderos quebraderos de cabeza». Para ella, los estudiantes aportan «savia nueva, llegan con muchos conocimientos, ganas e ideas nuevas». Dijo que al principio los gerentes de las tiendas eran reticentes a la incorporación de estos alumnos, pero que hoy «todos nos piden más estudiantes».

Otra experiencia empresarial es la que aporta Servihogar, dedicada al mantenimiento. Su gerente, Marlo Martín, destacó la motivación de los alumnos y entiende que la participación de las empresas en este modelo «es una inversión. Estamos encantados con el modelo -afirmó-, tanto que hemos repetido y con más oferta que alumnos». Destacó la flexibilidad del modelo y la adecuación del estudiante al horario de la empresa (y no como sucede con las prácticas, durante las cuales el alumno tiene el horario del centro). Por esto animó a los empresarios a probarlo porque «aunque haya que dedicar cierto tiempo a la formación, es una inversión de futuro».

Como centro de formación, Cesur aportó también su experiencia. Carlos Martín se refirió a la complejidad de esta modalidad formativa, pero que aún así tiene beneficios para los alumnos y también para los profesores, que se ven obligados a estar «más en contacto» con la realidad empresarial. Su experiencia le lleva a asegurar que los alumnos valoran más esta modalidad, lo que se refleja en unos mejores resultados académicos. Puso como ejemplo uno de los ciclos que ha impartido en Sevilla, de emergencias sanitarias, en el que el 70% o 75% de los alumnos se van a quedar en la misma empresa.

**«Mi mejor decisión»**  
La experiencia en 'primera persona' llegó de la mano de David Bernal, estudiante de segundo curso del ciclo superior de Desarrollo de Aplicaciones Web en el IES Campanillas. David ya estudió el grado medio y superior de Electrónica, pero al conocer esta modalidad en alternancia solicitó una plaza: «mi mejor decisión», aseguró con sinceridad. Trabaja en AT4 Wireless donde se siente «un trabajador más; yo me trato como a un becario, los compañeros tienen en cuenta mis ideas y opiniones», afirmó. Su naturalidad y defensa de este modelo formativo levantó los aplausos del auditorio y de los compañeros de mesa. Y es que para David Bernal «todo son ventajas» y, por encontrar alguna pega, dijo que quizás la escasa información que tienen los alumnos, a los que anima para que den el paso y se incorporen a la FP Dual. «Algunos de mis compañeros, al saber de mi experiencia, se arropían de no haberla cogido en su momento», afirmó. También la Dual requiere más dedicación por parte del alumno, ya que tiene que estudiar la teoría, examinarse y aprobar, todo ello dedicando horas al trabajo.

Pero los resultados son muy positivos para todos. Así lo expuso Antonio Martín, del centro de formación Óptima, en el turno de preguntas: «Es una gran satisfacción ver que jóvenes que solo tenían la ESO consiguen formación, estudian, cotizan, obtienen un título y alcanzan un puesto de trabajo gracias a la FP Dual».

# La formación, una inversión de futuro para mejorar en competitividad

La Fundación Bertelsmann impulsa una alianza empresarial para difundir, impulsar y apoyar este modelo

:: F. GUTIÉRREZ

**MÁLAGA.** Difundir entre los empresarios españoles el modelo de formación en alternancia es el objetivo de la Alianza para la Formación Profesional Dual, promovida por la Fundación Bertelsmann, la Fundación Princesa de Girona, la CEOE y la Cámara de Comercio de España. La Alianza ofrece asesoramiento gratuito a las empresas interesadas en incorporar a estudiantes, además de realizar una labor de difusión y apoyo durante todo el proceso.

De Alemania llegó hace ya más de 20 años la Fundación Bertelsmann a España con el objetivo de apoyar el empleo juvenil. Al foro de SUR asistió su directora en España, Clara Bassols. En su análisis sobre la situación del empleo y la economía en España, indicó entre los principales problemas el alto índice de desempleo juvenil y la escasa competitividad de las empresas. Y presentó la FP Dual como una oportunidad para alumnos y empresarios. «Los estudiantes tienen muchas más oportunidades de trabajar en esa empresa, y las empresas pueden crear su propia cantera de profesionales a la medida de sus necesidades».

Cada comunidad autónoma tiene su propia normativa, lo que crea dificultades a las empresas

Explicó que este modelo de formación se basa en la «corresponsabilidad» de la empresa y del centro educativo en la formación de los alumnos, por lo que éstos adquieren muchas más competencias transversales y la formación se adapta a las necesidades de las empresas. De esta manera, es mucho más fácil que el alumno tenga continuidad en la empresa una vez terminada su formación.

## Responsabilidad social

En el coloquio participó también Mercè Chacón, responsable de la FP Dual en Bankia, entidad que ha ayudado a incorporar a alumnos que trabajan en líneas estratégicas como la exportación, la digitalización o el ámbito sanitario entre sus clientes. Además, Bankia cuenta con un centenar de alumnos trabajando en sus oficinas, principalmente de Madrid y Valencia, «una experiencia extraordinaria para la entidad», afirmó. De tal manera que Bankia ha incorporado la formación en alternancia como «objeto de nuestra acción social», al entender que la solución al problema del desempleo juvenil, uno de los más importantes en España, pasa por mejorar la educación, destinando gran parte de sus recursos de acción social a la FP Dual.

También puso de manifiesto algunos problemas, como la falta de relación o 'pasarelas' entre la FP y los estudios universitarios o las distintas normativas en cada comunidad autónoma, que crea dificultades a las grandes empresas con implantación nacional.

Chacón aseguró que «no hacen falta empresas de 300 trabajadores» para implantar la Dual y se refirió a lo que pueden aportar los jóvenes, que llegan con una cultura digital que puede suponer innovación para las empresas.



Clara Bassols y Mercè Chacón, ayer. :: RITO SALAS



Julio Rodríguez y Paloma Domínguez. :: ALVARO CABRERA



Inmaculada Balsero, Lorena Martínez e Inmaculada Hidaigo de MedlaMarkt. :: A. C.



Antonio Martín, fundador de la Escuela Superior de Formación Profesional ÓPTIMA. :: RITO SALAS



Enrique Nadales, Francisco Hernández y Antonio Guerrero. :: A. CABRERA



Marc De Semir, Macarena Parrado, Eugenio José Luque, Clara Bassols, Mercè Chacón y José Luis Romero. :: A. C.



Noella Olvera, Beatriz Barbeyto y Laura Rodríguez. :: A. C.



Juan Francisco Lima y María González. :: ALVARO CABRERA



José Antonio Mata, Luisa Fernández, Lidia Martín y Reyes Gómez. :: A. CABRERA



José Miguel Aguilár, Lorena Doña y Javier Recio. :: A. C.



José Carlos Muñoz, María Muñoz, Hugo Ferré y Joaquín Jofre. :: A. C.



Vista general del acto celebrado en el Instituto de Estudios Portuarios. :: RITO SALAS



Ignacio de Benito, Cristina Galán y Mario Martín. :: A. C.



José Manuel Gallego, Juan Carlos García y Francisco Hernández. :: A. CABRERA



Antonia Molina, Antonio Martín y José Luis Fernández. :: ALVARO CABRERA



Francisco Núñez, David Bernal, Pilar Alcalá y Javier Martín. :: A. CABRERA

# El comité acepta todas las condiciones exigidas por el alcalde para municipalizar Limasa

► Acepta el plan de productividad, que es la principal exigencia municipal ► El acuerdo se produjo el lunes y se alcanzó a través de dos interlocutores ► El comité consultará la decisión a la plantilla, que será quien dé el visto bueno definitivo

JAVIER GARCÍA RECIO MÁLAGA  
► @opiniondemalaga

La municipalización de Limasa y del servicio de limpieza de la capital está a un paso de convertirse en realidad tras las decisiones adoptadas en los últimos días por el comité de empresa y por el alcalde, Francisco de la Torre. Tras las propuestas presentadas en diciembre por el Ayuntamiento y por el comité, se vislumbró que la cuestión de la productividad era el gran escollo que ambas partes debían salvar si querían llegar a transformar Limasa en una empresa municipal.

Ese escollo ha quedado resuelto. El comité de empresa de Limasa ha decidido aceptar y dar por bueno el plan de productividad propuesto por el alcalde, «totalmente y sin condiciones», según confirmaron a La Opinión de Málaga fuentes municipales. A falta de lo que diga la plantilla, el comité ha eliminado con este paso la única condición esencial impuesta por el Ayuntamiento para acceder a la municipalización de Limasa.

La aceptación se produjo el pasado lunes, 16 de enero, en un escrito remitido al alcalde y firmado por todos los representantes sindicales del comité de empresa de Limasa. Comité y alcalde no se han reunido directamente estos últimos días sino que ha sido a través de la mediación del gerente de la empresa, Rafael Arjona, y de un alto fun-

cionario experto conocedor del servicio de limpieza.

Durante la semana posterior a la festividad de Reyes han actuado de puente llevando y trayendo información y documentos de ambas partes hasta que finalmente el lunes pasado le entregaron a De la Torre el escrito firmado por el comité en el que se avenía al plan de productividad exigido por el Ayuntamiento para municipalizar Limasa.

## Productividad por objetivos

Posteriormente, los dos intermediarios hicieron llegar a los miembros del comité la satisfacción del alcalde por la respuesta de los representantes laborales y su aceptación del acuerdo.

El alcalde, a través de los interlocutores, informó al comité de los pasos a dar a partir de ahora, que pasan por reunirse con los grupos de la oposición y consensuar el nuevo modelo de gestión de Limasa y, especialmente, conseguir el visto bueno de su grupo de gobierno del PP. Para ello deberá vencer el rechazo que existe en muchos concejales populares a la municipalización del servicio, ya que estos ediles son firmes defensores de la privatización.

La propuesta del Ayuntamiento para transformar Limasa en empresa municipal se basa en varios puntos, siendo el principal el aplicar un plan de productividad valorado en 2.862 euros variables y sujetos a la consecución de tres objetivos: reducción del absentismo; eficiencia en el tra-



Miembros del comité de empresa delante de las oficinas de Limasa. ARCHIEGA



## Resistencia

El alcalde deberá ahora vencer la fuerte oposición que existe en su grupo a transformar Limasa en empresa municipal

bajo y calidad en el servicio. Aunque en un principio el comité rechazó ese variable por productividad a los 323 euros, finalmente ha decidido aceptar las condiciones exigidas por el Ayuntamiento.

## La plantilla decidirá

La propuesta aceptada por el comité incluye el resto de condiciones exigidas por el Ayuntamiento como es la desaparición de los artículos de convenio que permiten que un trabajador jubilado anticipadamente pueda designar al familiar que ocupe su puesto; la jornada laboral de

37,5 horas, la distribución de las vacaciones y un convenio colectivo por cuatro años.

Por parte del comité también quedan nuevos pasos que dar que pasan fundamentalmente por dar la voz a la plantilla. La aceptación del acuerdo estará sujeta a lo que digan los trabajadores, que tendrán la última palabra y decidirán. Dada la trascendencia de un acuerdo de este tipo que tiene que ver con el modelo de gestión que se quiere para la empresa, se quiere la participación de toda la plantilla, por lo que la votación se hará a través de urnas.

## Málaga

# Málaga perfila un nuevo récord anual exportador de casi 2.000 millones de €

► El 2016, a falta del mes de diciembre, ya supera con 1.839 millones la cifra global de 2015 y dobla el nivel de ventas al exterior que había antes de la crisis ► El sector agroalimentario es el gran baluarte

JOSÉ VICENTE RODRÍGUEZ MÁLAGA  
► @josevirodriguez

Las cifras de exportación de la provincia de Málaga siguen marcando niveles históricos gracias a la creciente apuesta del empresario local por los mercados internacionales. Los datos de venta al exterior de 2016 hasta el mes de noviembre, publicados ayer por el Ministerio de Economía y Competitividad, arrojan un total de 1.839,6 millones de euros y un incremento del 12,8% en relación al mismo período del anterior ejercicio, que se saldó finalmente con un techo de 1.762 millones en mercancías comercializadas fuera de España. De esta forma, Málaga ha superado ya a falta de un mes el volumen de todo el año anterior y situará presumiblemente el nuevo récord en casi 2.000 millones de euros.

Este volumen supone el doble del que se manejaba en el año 2007 (980 millones), en pleno boom económico, cuando las empresas malagueñas fiaban mayoritariamente su actividad al tirón de la demanda interna y las exportaciones eran algo opcional. La crisis cambió por completo este panorama y obligó gradualmente a las compañías a elaborar planes de internacionalización para buscar en otros países el negocio perdido en España.

Los datos hasta noviembre indican que en 2016 el grueso de las exportaciones siguen correspondiendo al sector agroalimentario malagueño, donde se concentran productos tan pujantes como el aceite de oliva o los cultivos subtropicales (sobre todo el mango y el aguacate). Este sector aglutina, con 946,8 millones, el 51,5% del comercio exterior en la provincia e



Planta de tratamiento de subtropicales de la cooperativa Tropis. FRAN EXTREMERA



incrementa sus cifras un 20,8% sobre 2015. El aceite de Málaga tiene

uno de sus principales destinos en Italia mientras que los aguacates o los mangos de la Axarquía encuentran una gran acogida en diversos países europeos.

La Cámara de Comercio de Málaga y la Confederación de Empresarios de Málaga (CEM) valoran mucho la subida de las exportaciones registrada en estos últimos años, aunque apuntan la necesidad de abordar diversos retos. Por un lado, aumentar la dimensión del tejido empresarial de la provincia (que en más de un 95% está compuesto por micropymes de un máximo de cinco trabajadores) para facilitar que sean más las que puedan dar el salto al mercado exterior. Por otro, aumentar el número de empresas que comercian con el exterior. Según la agencia Extenda de la Junta de Andalucía, en Málaga hay cerca de 4.500 negocios que exportan, pero sólo 814 de ellos

lo hacen de forma regular. La cifra ha subido un 40% respecto a hace unos años pero es muy baja teniendo en cuenta que en la provincia hay más de 59.000 empresas dadas de alta en la Seguridad Social. Además, hay que tener en cuenta que las 814 empresas que exportan regularmente acaparan el 88% del volumen total de exportaciones, lo que evidencia que el resto de firmas realizan ventas externas de escasa cuantía.

Por otro lado, las importaciones subieron en Málaga un 16,3% en los once primeros meses del año en relación al anterior ejercicio, con un total de 1.812 millones de euros. El incremento certifica la progresiva recuperación de la demanda interna y del consumo. La balanza comercial de la provincia (diferencia entre exportaciones e importaciones) continúa siendo positiva en 27 millones.

## Unicaja lleva a Melilla por primera vez sus jornadas de educación financiera para estudiantes

LA OPINIÓN MÁLAGA

Las VIII Jornadas «Educación financiera para jóvenes», organizadas por Unicaja, amplían su ámbito de actuación y por primera vez se han celebrado en Melilla con el objetivo de acercar el mundo financiero a los estudiantes de Bachillerato de la ciudad autónoma. Según informó la entidad bancaria, esta iniciativa, organizada recientemente por el Proyecto Edufinet de educación financiera, se ha dirigido durante esta semana a 65 estudiantes de Bachillerato del Instituto de Educación Secundaria (IES) Miguel Fernández de Melilla. No obstante, esta cifra podría aumentar al haber contactado ya con otros centros. Estas jornadas, en su octava edición, se desarrollarán hasta marzo de este año, por todas las provincias andaluzas, así como en Castilla y León, Castilla-La Mancha y Extremadura.

## TOPdigital diseña una herramienta para la Diputación de Valencia

LA OPINIÓN MÁLAGA

La Diputación de Valencia ha desarrollado una herramienta de financiación europea con el apoyo de la consultora malagueña EMC (European Management Consulting), perteneciente al Grupo TOPdigital. El Buscador, que fue presentado ayer en el Museo Valenciano de la Ilustración y la Modernidad, ya está siendo utilizado por 80 municipios de Valencia. La base de datos a la que da acceso esta herramienta contiene información actualizada y estructurada de forma intuitiva para facilitar las búsquedas, según explicó ayer TOPdigital.

## La ONG estadounidense Christar se instala en el BIC Euronova

► La organización se dedica a la innovación social, con áreas de cuidado de salud, educación o trabajo de refugiados

LA OPINIÓN MÁLAGA

El Centro Europeo de Empresas e Innovación (CEEI) de Málaga BIC Euronova, situado en el Parque Tecnológico de Andalucía, ha arrancado el 2017 ampliando las nacionalidades de las empresas alojadas en su centro con el desembarco de la estadounidense Christar. Esta organización no gu-

beramental, que se dedica a la innovación social, tiene también centros en Estados Unidos, Canadá, Hong Kong, Filipinas, Perú y Asia del Sur, además de esta nueva oficina en Málaga.

La Asociación Nacional de Incubadoras de Empresas de EEUU (NBIA) homologa al CEEI de Málaga BIC Euronova como incubadora internacional de Soft Landing para ayudar a empresas estadounidenses a introducirse en el mercado español. El BIC cuenta con una dilatada experiencia alojando a empresas y empresarios internacionales, de diversas nacionalida-

des tales como holandesa, belga, francesa, italiana, irlandesa, danesa y finlandesa, entre otras, según explicó ayer la propia incubadora.

Asimismo el BIC, que ha celebrado recientemente su 25 aniversario, se consolida como centro con gran experiencia en internacionalización de empresas malagueñas, gracias a su vinculación con organismos de todo el mundo, promoviendo en los últimos tiempos la internacionalización de casi 30 empresas malagueñas.

Christar Internacional, que busca la transformación a través de la innovación social, trabaja distintas



Simón de Blas y McHugh.

áreas como el cuidado de salud, educación, negocios y trabajo de refugiados. Desde su sede en BIC Euronova, Christar International facilitará y proporcionará el liderazgo a sus diferentes equipos de todo el mundo, fomentando programas diseñados para desarrollar líderes, por ejemplo orientando a estudiantes de universidades asociadas o desarrollando el liderazgo

para organizaciones de ideas afines, entre otros programas.

Brent McHugh, CEO de Christar International, destacó cómo trabajar en BIC Euronova ha sido un buen ajuste para la organización. «Nos sentimos atraídos por BIC Euronova por muchas razones, incluyendo su pasión y experiencia en la promoción de soluciones innovadoras en el mundo», afirmó.

La NBIA es una organización internacional sin ánimo de lucro y promotor mundial del apoyo a la creación de ecosistemas económicos. Con esta designación como Soft Landing, el BIC Euronova facilitará el establecimiento en España de las empresas que provengan de EEUU, además de ofrecer programas de expansión a empresas españolas.

# Cómo ganar la batalla al paro juvenil

Quienes buscan empleo deben adaptarse a los cambios de un mercado laboral con nuevas exigencias. También las empresas –que viven una nueva revolución industrial– han de abordar nuevos retos en la selección de los candidatos adecuados.

T.F.A.Madrid

Combatir el desempleo juvenil y entender que la clave está en la empleabilidad y en la adaptación a las peculiaridades de un mercado laboral hipercompetitivo que exige nuevas capacidades y habilidades profesionales en las que precisamente las jóvenes generaciones son deficitarias. Este es uno de los objetivos de un informe elaborado por el IESE en colaboración con Ideofactum, la Fundación Torriño y Fundación Codespa, auspiciado por el Observatorio contra la pobreza, en el que participan Telefónica, CaixaBank, BBVA, Sener y Endesa.

El estudio señala los principales problemas que afectan a la empleabilidad de los jóvenes, y sugiere cómo deben actuar los candidatos y las empresas para adecuar las exigencias de éstas a las necesidades de un inereado laboral que presenta dificultades crecientes para encontrar empleo, y para ajustar los puestos requeridos a las capacidades –obsoletas– de quienes rastrean un puesto.

El camino hacia el empleo juvenil se refiere al problema del desempleo entre las jóvenes generaciones en España, con un tasa superior al 34%, y también a la necesidad de desentañar las verdaderas causas que provocan este problema. El estudio cita las altas tasas de abandono escolar, superiores a la media europea; la falta de una apuesta decidida por la Formación Profesional y un porcentaje de *ninis* (los que ni estudian ni trabajan) sólo superado por Italia, Grecia y Rumanía. Todo esto supone un escenario de exclusión y fragilidad para las generaciones más jóvenes.

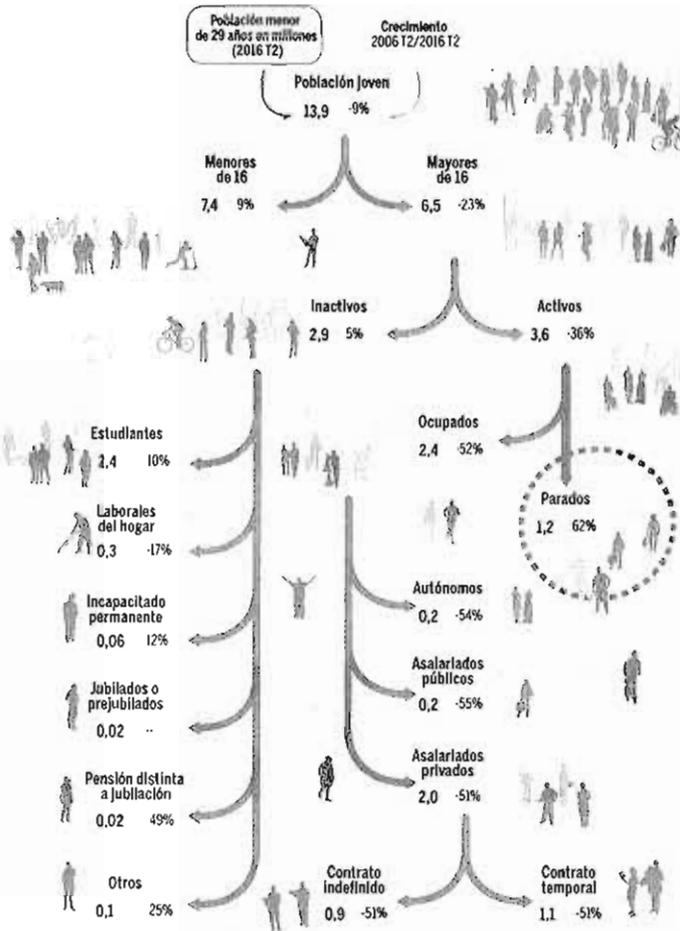
## Cualificación

La baja cualificación se considera como el factor principal de vulnerabilidad ante el empleo, porque es evidente que las tasas de desempleo de aquellos jóvenes con una formación superior son muy inferiores a las de quienes sólo han podido superar con éxito la educación primaria.

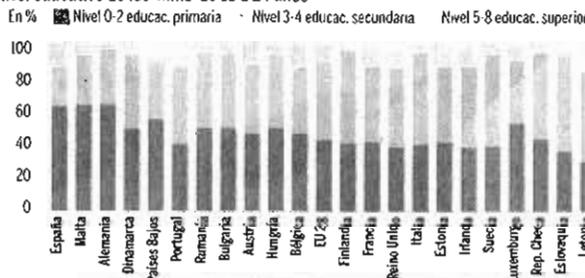
A esto se añade la barrera que supone la falta de experiencia para encontrar trabajo. Según el estudio, los jóvenes acceden al mercado laboral sin haber puesto en práctica los conocimientos adquiridos en su etapa formativa. Las necesidades de las empresas cre-

## EMPLEO JUVENIL: DEL PROBLEMA A LAS SOLUCIONES

>La población joven en España



>Nivel educativo de los 'ninis' de 15 a 24 años



Fuente: El camino hacia el empleo juvenil/EPA 2016/Eurostat 2015/Emolund 2016

cen más rápido que la capacidad de adaptación de los programas en vigor del sistema educativo. En este sentido, el informe se refiere a un proceso de cambio de las organizaciones que las sitúa en una

“nueva revolución industrial”. El modelo actual no facilita que los jóvenes aprovechen el tiempo en el aprendizaje de su especialidad, y el bucle es infinito si se tiene en cuenta que las compañías no suelen

ofrecer puestos de trabajo a jóvenes sin experiencia. El estudio señala además la necesidad de que las empresas –motor decisivo en los cambios necesarios– tengan una relación más estrecha

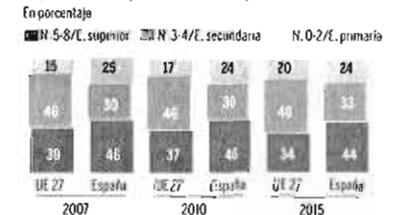
con los responsables del sistema educativo para comunicarle sus exigencias, y que se involucren de forma proactiva en la definición de los nuevos requisitos formativos y que renueven los conoci-

mientos de sus plantillas, para que se produzca una actualización de la formación que, además de generar empleo a los jóvenes, facilite oportunidades de desarrollo personal y profesional.

>Diferencia entre desempleados y *ninis*



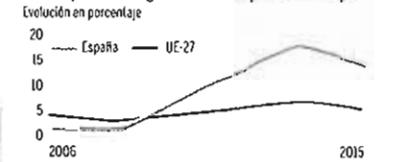
>Nivel de formación alcanzado por los jóvenes españoles comparado con Europa



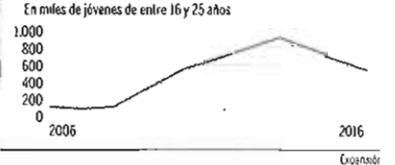
>Tasa de paro en función del nivel de formación alcanzado por los jóvenes

| Educación superior | Activos | Parados | TASA DE PARO, EN % |
|--------------------|---------|---------|--------------------|
| Educación superior | 1.241   | 274     | 22,1               |
| Educación media    | 2.123   | 843     | 39,7               |
| Educación primaria | 269     | 132     | 49,1               |

>Desempleo de larga duración España vs Europa



>Los que tardan más de un año en encontrar empleo



Expansión

## ESTADO DE GUERRAS ECONÓMICAS



Eduardo Olier

Presidente del Instituto Choiseul España

Comienza la era Trump con un repliegue de inversiones hacia EEUU; lo que se une a las críticas sobre la gestión de Bruselas en los asuntos económicos europeos. El ministro de Turismo mexicano, Enrique de la Madrid, de paso por la capital de España, comenta que México tiene vida comercial fuera de EEUU, aunque, de momento, las exportaciones mexicanas dependen en un 75 por ciento del socio americano. La *premier* británica Theresa May anuncia un *Brexit* "duro", y amenaza con una "guerra fiscal" si no recibe el trato que espera de la UE. El presidente chino, Xi Jinping, asegura que en "una guerra comercial no ganaría nadie"; lo que sugiere una "guerra fría económica" entre China y EEUU. Marine Le Pen clama en Francia por más nacionalismo, e incluso propone la salida del euro. Italia no se ha sobrepuesto aún del referéndum promovido por el anterior primer ministro, aunque dada la tradicional capacidad de influencia de ese país, sigue manteniendo relevantes posiciones en la gestión de la UE, donde la elección de Antonio Tajani como presi-

dente del Parlamento Europeo se suma al poder de Mario Draghi en el BCE. Alemania encara unas difíciles elecciones legislativas bajo la sombra de un terrorismo yihadista de difícil control, que podría volver a actuar aumentando más el sentimiento nacionalista en el país. Los precios del petróleo no demuestran sino la "lucha" que se libra entre Arabia Saudí y los productores americanos de *fracking*; un conflicto que augura nuevas tensiones económicas globales. Rusia ha desplazado a EEUU de su posición en Oriente Medio y aparece como un enemigo a batir, con la particularidad de que los europeos no son conscientes de que necesitan disminuir sus dificultades geopolíticas con ese país. No seguiremos.

**El mundo ha entrado en una fase que no se parece nada a lo vivido los últimos 30 años**

El mundo, se mire por donde se mire, ha entrado en una fase desconocida. Nada se parece a lo que hemos vivido en los últimos 30 años.

Lo anterior se une a un permanente estado de "guerras económicas". Es uno de los desajustes de la globalización. De ahí el despliegue de sistemas de inteligencia económica que muchos países han desarrollado en defensa de sus intereses.

La economía, como en el pasado lo fue el armamento militar, es hoy un elemento esencial en el ejercicio del poder, que se apoya en sofisticados sistemas de inteligencia y se soporta mediante instrumentos financieros

o monetarios, restricciones comerciales o presiones políticas en el contexto internacional, así como complejos mecanismos de ciberinteligencia dirigidos contra múltiples objetivos con el fin de debilitar a los países considerados enemigos.

Múltiples son las informaciones que saltan a diario en este sentido, donde se encuentran los protagonistas de siempre: EEUU contra China o Rusia, o al revés. Donde los medios de comunicación, unas veces por desconocimiento, y otras por intereses de parte, son los convidados necesarios en un escenario de luchas económicas donde los amigos acaban enfrentados y donde los enemigos recrudescen sus posiciones.

Los casos son tan numerosos que se podría escribir una enciclopedia. Baste el ejemplo de los ataques que sufre la industria automovilística europea desde EEUU; a lo que, de forma incomprensible, se suman las autoridades europeas con la inestimable colaboración de ciertos grupos políticos de izquierda (quien lo diría), y la colaboración de algunos medios de comunicación que beben las informaciones de interesadas fuentes procedentes de aquellos que buscan debilitar uno de los ejes económicos europeos más competitivos a nivel global.

Alí estaría, por ejemplo, el último caso de Renault-Nissan, precedido antes por el de

Volkswagen. Donde, para saber lo que hay realmente detrás de este asunto, es suficiente leer el completo informe realizado en junio de 2016 (*Les dessous de l'affaire Volkswagen*) realizado por analistas de la prestigiosa escuela de negocios francesa especializada en la formación ejecutiva en inteligencia económica.

La "Escuela de Guerra Económica", como así se denomina, demostró con múltiples datos el porqué de los ataques a Volkswagen.

Tanto los protocolos de los ensayos utilizados, como los vehículos puestos a prueba (un VW Jetta y un VW Passat con 7.500 kilómetros y 24.500 kilómetros, respectivamente), los instrumentos de medida instalados en aquellos (con pesos superiores a los 300 kilos en cada caso, que no permitían cerrar los maleteros), los itinerarios elegidos para las pruebas, o los carburantes usados, despiertan más que razonables dudas sobre la fiabilidad de los tests.

Un *story telling* muy efectivo, sin embargo, pero de dudosas intenciones.

Se trata de un nuevo escenario en el que se hace imprescindible, para las empresas y los estados europeos, disponer de eficaces organizaciones de inteligencia económica imbricadas en su estrategia. Algo imprescindible hoy, pero ausente en la mayoría de los casos.

**Empresas y Estados necesitan eficientes organizaciones de inteligencia en materia económica**

## ¿DERIVADOS ANTE EL RIESGO DE DIVISA EN PYMES?



Duarte Libano Monteiro

Director general de Ebury España y Portugal

Los grandes acontecimientos políticos, léase *Brexit* o las recientes elecciones en EEUU, crean volatilidad en los mercados de divisas e inyectan incertidumbre en los negocios de exportación e importación de las empresas, que se encuentran con dificultades para prever sus márgenes. Y esta situación, con ser generalizada para todo tipo de empresas, afecta más si cabe a las pymes, que en estos años de crisis se han incorporado a los mercados exteriores y presentan además la debilidad de contar con equipos y estructuras muy aquilataadas y no siempre expertas en todas las facetas que entraña el comercio exterior, entre ellas todo lo concerniente a la gestión financiera.

Ante un factor tan impredecible como la divisa, que queda fuera del estricto control de los directores financieros, algunas empresas han adoptado soluciones poco ortodoxas, consistentes en optar por instrumentos de cobertura complejos y especulativos, como las llamadas opciones o acumuladores, en vez de decantarse por productos sencillos y transparentes, como pueden ser los seguros de tipo de cambio. Mientras estos generan una

certeza al 100 por cien sobre el tipo de cambio al que se van a cerrar las operaciones en una fecha convenida, los otros no ofrecen previsibilidad y, además, en coyunturas de gran volatilidad, pueden acarrear cuantiosas pérdidas a las empresas que los contratan. A esto se añade la falta de transparencia en el precio de contratación de productos derivados, cuyo tipo de cambio resulta difícil de comparar respecto a la cotización del mercado y hace muy complicado tasar su competitividad.

Por informaciones publicadas en la prensa británica, se sabe de numerosos casos, en especial de pymes, en los que la contratación de estos productos derivados han causado grandes pérdidas, sobre todo a raíz de un evento extraordinario como el que supuso *Brexit*, que dinamizó todos los soportes de la libra y produjo su desplome hasta niveles históricos. Fue lo que les ocurrió a empresas como Best Foods o Sport Direct. Pero incluso en España, a tenor de las informaciones provenientes del mercado, también hay pymes que se han visto obligadas a afrontar las consecuencias negativas de estos productos.

Determinar la legalidad o ilegalidad de los

mismos es asunto que compete a los reguladores del Mercado, en el caso de nuestro país el Banco de España y la CNMV, pero lo que parece claro es que el cliente deberá decidir el riesgo que puede permitirse, pues nos hallamos ante organizaciones cuyo objeto social no es, o no debería ser, la especulación financiera, sino la satisfacción de otra clase de productos o servicios.

El funcionamiento de estos productos derivados es distinto según las condiciones que cada uno establece, pero todos tienen algo en común: dependen de la fluctuación del mercado. Si con los seguros simples una empresa puede despreocuparse de su evolución, con este tipo de productos derivados siempre se tropieza con barreras y condicionantes. En el caso de los

acumuladores, por ejemplo, la compañía acepta comprar una cierta cantidad de moneda extranjera cada mes o cada semana sobre una banda determinada de precios de cotización referenciada al momento en que se contrata el producto. En el corto plazo, lo normal es que la empresa obtenga un mejor cambio del que conseguiría en el mercado al contado. Sin embargo, si los tipos de cambio salen de las

bandas fijadas, como consecuencia de cualquier episodio volátil (como ocurrió con la libra con oportunidad del *Brexit* o la decisión del gobierno suizo de abandonar su paridad monetaria con el euro) se desencadenan pactos que obligan a la compañía a comprar mucha más divisa de la que necesita, o bien el producto se desactiva y deja sin cobertura a la empresa, obligándola a comprar a niveles poco atractivos del mercado en ese momento.

En términos prácticos, puede ocurrir que pymes que necesitan cambiar una determinada cantidad de moneda al año para cubrir sus necesidades de tesorería, se encuentren con que por razón del apalancamiento terminen siendo obligadas a comprar diez veces esa cantidad. Y es ahí donde se producen las pérdidas.

Por tanto, ante este tipo de prácticas, el único mensaje que se puede dar es "prudencia" para que las pymes se cuiden de contratar productos que no entiendan completamente y cuyos riesgos no sean perfectamente asimilados. Especular, cuando se trata de cubrirse del riesgo de divisa, nunca suele ser una buena opción. Más tarde o más temprano, se termina perdiendo, lo que aconsejaría decantarse por productos sencillos y transparentes que, como los seguros de tipo de cambio, si proporcionan una previsión completa sobre los canjes futuros de moneda.

**Especular para esquivar la incertidumbre inflacionista no es una buena opción**