

EconomíaReal

SEMANARIO DEL EMPRENDEDOR Y DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA DE **elEconomista**

LUNES, 23 DE SEPTIEMBRE DE 2013

Andalucía
Página 14

Aragón
Página 21

Canarias
Página 23

Castilla y León
Página 16

Cataluña
Página 12

Com. Valenciana
Página 20

Galicia
Página 22

Madrid
Página 24

País Vasco
Página 18

La banca desbloquea los créditos del ICO tras un año en la 'nevera'

Los bancos reabrieron el grifo en julio tras mejorar el margen que perciben

VALENCIA. Los préstamos del Instituto de Crédito Oficial (ICO) dirigidos a las pymes han pasado dos semestres en la nevera de los bancos, que desde mediados de 2012 los concedían con cuentagotas.

Según intuyen los empresarios y autónomos afectados y confirman fuentes financieras, los bancos no tenían ningún aliciente para concederlos, ya que asumen todo el riesgo, por lo que imponen los mis-

mos requisitos de solvencia y los mismos avales que para sus propios productos. Sorprendentemente, en julio se abrió el grifo de golpe, con 2.334 millones de euros firmados -4.384 en todo el pri-

mer semestre- y agosto fue el mejor en seis años. La clave del cambio de actitud, según una entidad, es que el ICO ha mejorado el margen que perciben los bancos para incentivarlos. **PAG. 6 y 7**

Cataluña lidera el 'ranking' de morosidad con los autónomos

Los impagos causan uno de cada cuatro cierres

MADRID. Las administraciones públicas de Cataluña, la Comunidad Valenciana y Andalucía son las que más tardan en pagar sus facturas pendientes con los autónomos. **PAG. 5**



El Instituto Valenciano de Finanzas dispara sus pérdidas

Por los impagos, el fútbol y el agujero de la SGR

VALENCIA. El considerado *banco público* de la Generalitat multiplica por seis sus números rojos por el rescate de la SGR, los avales del fútbol ejecutados y la compra forzosa de terrenos. **PAG. 20**

Feyce busca hueco en el 'top ten' europeo de la miel

Exporta el 80 por ciento de su producción

VALLADOLID. La compañía salmantina Feyce continúa su imparable ascenso y se propone estar entre las 10 principales comercializadoras de miel de Europa en el año 2020. **PAG. 16**

Tento desembarcará este año en Madrid con seis locales

Tras consolidar su presencia en la capital catalana con 22 establecimientos de comida para llevar, Tento dará el salto a Madrid este año con la apertura de seis locales. Así lo ha afirmado el gerente de la compañía, Angel Bosch, quien espera acabar 2013 con un total de 30 locales y una facturación de tres millones de euros. El próximo reto: abordar el mercado francés en 2016. **PAG. 12**

Icinec busca ya hasta dos millones para saltar a EEUU

Tras lograr 655.000 euros de un fondo de La Caixa

SEVILLA. La tecnológica sevillana negocia con fondos para expandir su tecnología, que automatiza la creación de aplicaciones para Windows Phone 8. **PAG. 14**

Yup!Charge permite cargar los móviles en lugares públicos

Fabrica cargadores con múltiples conectores

BARCELONA. La empresa ha instalado 400 cargadores en centros comerciales, hoteles y gimnasios de Barcelona, Madrid, Valencia, Alicante y Mallorca. **PAG. 13**

Bilbao aplaza un año la liberalización de horarios en el comercio

El cambio legal corresponde al Gobierno

BILBAO. Bilbao y Barcelona son las únicas ciudades que incumplen el decreto de liberalización total de horarios comerciales en zonas turísticas. Seguirán así un

tiempo. La capital vizcaína quiere hacerlo, pero se ve obligada a esperar a que el Gobierno vasco, que no tiene prisa, cambie la ley autonómica. **PAG. 19**

Galicia vende suelo industrial con un 20% de descuento

El objetivo es fomentar la localización empresarial

SANTIAGO DE COMPOSTELA. La Administración autonómica ofrece descuentos en 1.000 parcelas que ocupan una superficie valorada en 2,8 millones de euros. **PAG. 22**

Opinión

EL RETO DEL CRECIMIENTO INORGÁNICO: UNA VÍA PARA LA SUPERVIVENCIA



Luis Molowny

Director de Corporate Finance de Norgestión

En los albores de la recesión existía un cierto *quórum* respecto a la oportunidad que, para nuestro modelo económico, podría suponer un período de crisis como el que teníamos por delante. La excesiva fragmentación de nuestro tejido empresarial se presentaba como la gran amenaza para muchos operadores nacionales a quienes la bonanza del mercado doméstico había dado cabida en sus respectivos sectores, y que en 2007 ya advertían nubarrones en el horizonte.

España contaba en el año 2008 con 54 empresas por cada 1.000 habitantes. Cinco años después son 50, cifra todavía muy superior a la de Alemania (23), Reino Unido (22) o Francia (33) y sólo inferior a Italia (60), economía cuya singularidad dificulta la comparativa. Este hecho genera indudablemente graves asimetrías en nuestra economía. Que durante el año 2012, el 0,2 por ciento de las empresas nacionales concentrase el 41 por ciento de nuestras exportaciones, mientras que 6 de cada 10 prácticamente no registrasen actividad comercial más allá de nuestras fronteras, es prueba de ello. Y dichas desigualdades, todo apunta, tenderán a recrudecerse.

Durante este último lustro las penurias económicas, aun siendo generalizadas, parecen haber tenido un menor impacto en las mi-

croempresas gracias a su mayor capacidad de *plegar velas* ante las embestidas del mercado.

Por el contrario, para compañías de mediano tamaño, capear una crisis de esta magnitud sólo es posible si, en palabras de Warren Buffet, se cuenta con "productos y servicios con amplios y sostenibles fosos en torno a ellos". O eso, o ganando tamaño.

Pero ojalá crecer fuese el mayor de los problemas. De vuelta a los nubarrones del año 2007, evidentemente nadie sabía cuánta agua se condensaba ahí arriba. Muchos, casi todos, nos preparamos para un chaparrón cuando lo que sobrevino fue un auténtico diluvio. ¿Resultado? Un mercado doméstico completamente devastado, y una realidad tan incomprensible como incontestable: España, un país con

más empresas que Alemania, Francia o Reino Unido, registra anualmente una actividad corporativa doméstica inferior a la mitad que los primeros, una tercera parte que los segundos y casi una cuarta que los terceros. Si el deterioro de la mediana empresa ha sido inexistente en muchos de nuestros vecinos europeos, ¿no será que la erosión que sufren los mercados en períodos recesivos es mayor cuanto más fragmentada está una industria? Ante la sequía del mercado doméstico y la dificultad de la empresa española de competir

internacionalmente, sorprende que el crecimiento inorgánico no emerja como una alternativa de peso que dé lugar a operadores que, parafraseando a Alfred Chandler, algún día dejen de ser desafiantes (*challengers*) para convertirse en iniciadores (*first-movers*).

Mientras continuamos agarrados al mantra de la internacionalización como tabla de salvación de nuestras empresas, nuestros vecinos ordenan sus mercados y refuerzan sus operadores. Los mercados internacionales

son una vía lógica, casi obvia dada la precariedad del consumo interno, pero ¿cómo lograr que nuestras empresas sean competitivas si no disponen de masa crítica suficiente para dar el salto?

Chandler divide las operaciones corporativas en ofensivas -expansión internacional y diversificación- y defensivas -fusio-

nes y adquisiciones entre competidores-. A diferencia de las primeras, las segundas no contribuyen en esencia a la creación de riqueza pero son fundamentales en su preservación.

Quizás no sea demasiado tarde para que aquellos sin dimensión ni fosos a su alrededor hagan de la necesidad virtud y recurran a la unión para obtener la fuerza que les permita seguir compitiendo en un mercado que lleva tiempo realizando la purga que demandamos a otros niveles.

¿Cómo lograr empresas competitivas en el exterior si carecen de masa crítica?



José María Triper

Corresponsal económico

UNA VERGÜENZA NACIONAL CONSENTIDA Y FOMENTADA

La cifra es escandalosa, y la ha dado el propio ministro de Hacienda, el ínclito Cristóbal Montoro, y nos revela que con una ley de morosidad que obliga a las Administraciones públicas a pagar en un plazo máximo de 30 días a sus proveedores, seis meses después de la entrada en vigor de la Directiva Europea antimorosidad y después de dos planes de pago a proveedores, todavía quedan 13.000 millones de facturas pendientes en los cajones de la diferentes Administraciones públicas de este país.

Una vergüenza nacional que está ocasionando que la media de plazo de pago de las Administraciones por obras, suministros y servicios a los autónomos y las pequeñas y medianas empresas se alargue a 144 días de media frente a los 30 días que marca la ley. Y un incumplimiento flagrante de la ley por parte de quienes deberían dar ejemplo que es la causa fundamental de la grave falta de liquidez que padece más del 60 por ciento de nuestro tejido empresarial y el origen del cierre de uno de cada cinco negocios en España y de un número importante de despidos.

Y, todo ello, mientras desde Hacienda se asfixia a los emprendedores con una presión fiscal y unas cotizaciones insostenibles e improcedentes en un país en recesión y con seis millones de parados. Esa misma Hacienda que, sin ningún pudor, impone un recargo del 5 por ciento a los autónomos y empresarios que se retrasan 24 horas en abonar sus impuestos. Recargo que, como recordaba Lorenzo Amor, el presidente de la organización de autónomos, ATA, se eleva al 20 por ciento si el retraso es en las cotizaciones a la Seguridad Social.

Una impunidad, basada en la prepotencia y el autoritarismo que todavía impera en la mayoría de los ayuntamientos y comunidades autónomas, impropia de un país democrático, que vulnera el principio fundamental del Estado de Derecho como es la igualdad ante la ley y que exige una urgente solución que no puede venir sino del establecimiento de un código de sanciones ejemplarizante.

Un régimen de penas, intereses de obligado y pronto pago, embargos y hasta la inhabilitación para ejercer cargos públicos para los responsables de los impagos. Es decir, exactamente lo mismo que ellos imponen al contribuyente. Sólo así merecerán respeto y credibilidad y sólo así se empezará a dinamizar la economía.

ECOINNOVACIÓN Y ECODISEÑO COMO OPORTUNIDAD DE DESARROLLO



David Páez

Responsable Edificación y Obra Civil en la CTA

Hace menos de un año, la Comisión Europea identificó cuatro grandes pilares sobre los que construir la recuperación y el crecimiento en la próxima década. Como parece lógico, una de las grandes vías de crecimiento descansa en impulsar nuevas inversiones, pero la Comisión señala concretamente 6 áreas de oportunidad empresarial donde concentrará los estímulos. Una de ellas es el dimensionamiento sostenible de toda actividad industrial, y en esta área surge el interesante concepto del ecodiseño.

De forma muy resumida, podemos entender el ecodiseño como la forma de concebir

todo producto o servicio de forma que tanto su producción, como su uso y posterior destrucción tenga el menor impacto ambiental, consumiendo la menor cantidad de recursos naturales y energía posible. Aunque quizá todo concepto relacionado con lo ecológico parece algo ya muy asentado en el sector empresarial europeo, la realidad productiva aún difiere bastante de las declaraciones y comunicados. Queda aún mucho camino por recorrer, en especial en la fase de diseño, lo cual supone un gran desafío y una gran oportunidad de desarrollo económico.

Esta gran oportunidad es aún más notable en sectores tradicionales como el de la construcción o el de materiales para la construcción (muebles, piedra, cerámicos, etc.). Estos sectores, con una contribución muy importante al PIB nacional (y europeo) y muy intensivos en consumo de recursos, deben ser conscientes de que cualquier oportuni-

dad de competir a nivel global con empresas con costes de producción mucho más reducidos pasa por diferenciarse mediante el diseño de sus productos. Y en el diseño, la consideración de la reducción de la denominada *huella de carbono* del producto es el principal camino a seguir.

El desafío industrial del ecodiseño sin duda impulsará la innovación empresarial pues han de resolverse gran cantidad de problemas tecnológicos concretos que permitan optimizar el consumo de recursos naturales. Es lo que el *Informe COTEC 2013* denomina la "innovación verde". Pero también existe un importante desafío social asociado puesto que, con ayuda de las políticas públicas europeas, debe estimularse la demanda del mercado por productos y servicios sostenibles, aunque tengan un coste mayor. El sector empresarial español debe apostar por un crecimiento verde e innovador.



EDITORIAL ECOPRENSA SA
Dep. Legat: M-7853-2006

PRESIDENTE-EDITOR: Alfonso de Salas.
VICEPRESIDENTE: Gregorio Peña.
DIRECTOR GERENTE: Julio Gutiérrez.
DIRECTOR COMERCIAL: Juan Ramón Rodríguez.
RELACIONES INSTITUCIONALES: Pilar Rodríguez.
DIRECTOR GERENTE DE INTERNET: Manuel Bonachela.

EL ECONOMISTA

DIRECTOR: Amador G. Ayora.

ADJUNTOS AL DIRECTOR: Lourdes Miyar, Juan Carlos Lozano, Juanjo Santacana y Joaquín Gómez. JEFES DE REDACCIÓN: Rubén Esteller, José Luis Fraile y Cristina Triana. DISEÑO: Pedro Vicente. NORMAS Y TRIBUTOS: Xavier Gil Pecharrómán. OPINIÓN: María Antonia G^a Quesada. ECONOMÍA: Isabel Acosta. CORRESPONSALES ECONÓMICOS: Javier Romera y José María Triper. FOTOGRAFÍA: Pepo García. ELECONOMISTA.ES: Rubén Santamaría. DELEGACIONES: ESTADOS UNIDOS: José Luis de Haro. CATALUÑA: Jordi Sacristán, jefe de redacción. ANDALUCÍA: Carlos Pizá. PAÍS VASCO: Carmen Larrakoetxea. COMUNIDAD VALENCIANA: Javier Alfonso. CASTILLA Y LEÓN: Rafael Daniel.

PARA CONTACTAR

C/ Condesa de Venadito, 1.28027. Madrid.
Telf: 91 3246700
www.economista/opinion.es
Las cartas al director deben incluir:
nombre y apellidos, localidad, DNI y una extensión
entre 800 y 1.100 caracteres, espacios incluidos.

Opinión

LA ULTRA ACTIVIDAD DE CONVENIOS COLECTIVOS



Vanessa Orive Sánchez

Asociada senior de Laboral de Garrigues Valencia

Seguramente el lector recordará que hace unos meses se hablaba frecuentemente en los medios de comunicación que a partir del 8 de julio de 2013 expiraría la vigencia de multitud de convenios colectivos, y que miles de trabajadores se quedarían sin el amparo de un texto convencional por el que regir su relación laboral.

Esta noticia surgió como consecuencia de la regulación que la Ley 3/2012, de 7 de julio, de medidas urgentes para la reforma del mercado de laboral, dio al artículo 86.3 del Estatuto de los Trabajadores, el cual establece que transcurrido un año desde la denuncia del convenio colectivo sin que se acuerde uno nuevo o se dicte un laudo arbitral, aquél perderá, salvo pacto en contrario, vigencia y se aplicará, si lo hubiere, el convenio colectivo de ámbito superior que fuera de aplicación. Y se añadía en la disposición transitoria cuarta de la Ley 3/2012 que, para los convenios colectivos que hubieran sido denunciados antes del 8 de julio de 2012, el plazo de un año se aplicaría desde la citada fecha.

Sin embargo, el 8 de julio de 2013 pasó y el temido efecto de la caducidad de los convenios colectivos, por el momento, no está manifestándose como ese cambio radical anunciado. Quizá, uno de los motivos por los que no se ha producido este canje en toda su intensidad, ha sido la excesivamente parca regulación legal y la mejorable redacción del precepto antes mencionado, que ha dado lu-

gar a numerosas interpretaciones doctrinales, algunas de ellas radicalmente opuestas, pero todas, o casi todas, defendibles, amparándose en el propio texto legal. Por ejemplo, en relación con la vigencia de los convenios colectivos denunciados antes de la entrada en vigor de la Reforma Laboral y en los que no se hubiera alcanzado un nuevo acuerdo o existiera un laudo arbitral la respuesta ha sido diversa.

Un sector doctrinal, que hoy es mayoritario, defiende que la regulación de la ultraactividad del convenio colectivo es dispositiva para las partes, tanto antes de la Reforma Laboral como después, y por ello, para determinar la vigencia de estos convenios se debe atender al contenido del propio texto convencional. Si dicho texto establece que el convenio sólo deja de te-

ner vigencia cuando se alcance un nuevo pacto que lo sustituya, esta cláusula es plenamente válida y el convenio continuará vigente tras el 8 de julio de 2013. Esta tesis es la que ha asumido también la Sala de lo Social de la Audiencia Nacional, en su Sentencia 149/2013, de 23 de julio.

Por el contrario, otro sector doctrinal, con argumentos jurídicos igualmente sólidos, defiende que la intención del legislador en todo momento ha sido acabar con la petrificación de los convenios colectivos, estableciendo un mecanismo de caducidad del propio convenio tras un periodo de tiempo negociando y sin alcanzar ningún acuerdo. Para este sector doctrinal, la disposición transitoria cuarta de la Ley 3/2012 es una norma imperativa, y por tanto los convenios colectivos denunciados con anteriori-

dad a la Reforma Laboral y en los que no se hubiera alcanzado acuerdo, el 8 de julio de 2013 habrían dejado de tener vigencia plenamente, y se aplicará, si existe, el convenio colectivo de ámbito superior.

Adicionalmente a ello, una parte importante de las empresas ha optado por seguir aplicando la regulación contenida en estos convenios colectivos, aun cuando pudieran considerar que legalmente el convenio ha dejado de tener vigencia, pues motivos de paz social, muy importante en esta época, les han

llevado a adoptar esta decisión. Lo cual, sin duda, ha mitigado los efectos de la caducidad de los citados convenios colectivos a partir del 8 de julio de 2013.

Por tanto, como podemos observar, el anunciado o pretendido cambio en el modelo de negociación colectiva ha queda-

do enormemente amortiguado por temor a las importantes consecuencias sociales que podría haber generado. Pero el continuismo en el anterior sistema tampoco es una solución, pues puede hacernos perder la oportunidad de dinamizar la negociación colectiva, y en consecuencia las relaciones laborales.

Un cambio en las condiciones de trabajo previstas en el convenio colectivo no tiene por qué suponer una pérdida de derechos laborales sino que puede servir para lograr una mejor adaptación a la situación de cada momento, una oportunidad para flexibilizar las relaciones laborales y evitar una sangría de despidos como la que hemos presenciado en los últimos años. Según mi experiencia, es necesario renovar el contenido de muchos convenios colectivos, como elemento necesario para la mejora de competitividad de las empresas, herramienta necesaria globalmente para el mantenimiento y generación de empleo.

Un cambio en las condiciones de trabajo no tiene por qué suponer pérdida de derechos

Es necesario renovar el contenido de muchos convenios colectivos



GETTY

CUESTIONES A NEGOCIAR EN LA VENTA DE UNA EMPRESA: NO SE CENTRE SÓLO EN EL PRECIO



Francisco Duato

Socio de ONEtoONE Corporate Finance Valencia

La negociación está presente a lo largo de todo el proceso de venta de una empresa. No obstante a menudo se comete el error de centrarla insistentemente en el precio. El precio es importante pero no debemos descuidar otras cuestiones que podrían hacer que la operación no tuviera sentido, como tener claro qué estamos vendiendo, cuánto vendemos, la forma de pago o qué va a pasar el "día después".

El precio es un aspecto fundamental, pero también debemos barajar la probabilidad de cerrar finalmente la operación con cada uno de los compradores que concurren en el proceso. Antes de aceptar una oferta, se debe ana-

lizar la capacidad financiera y el historial de compras del ofertante, las conclusiones sobre su comportamiento en adquisiciones anteriores son muy útiles a la hora de fijar la "hoja de ruta". Hay que tener en cuenta que una vez concedida la exclusividad a un comprador, y comunicado al resto la aceptación de otra oferta, resulta difícil volver a ellos e intentar que vuelvan a interesarse por la empresa.

Debemos definir muy bien lo que queremos vender, no es lo mismo vender las acciones de la empresa que vender sus activos y pasivos, o venderla previa escisión de algún activo. Hay ocasiones en que merece la pena no venderlo todo y quedarse con un porcentaje accionarial,

una buena alternativa a contemplar, cuando es factible, es el Owners Buy Out (OBO) o el Management Buy Out (MBO) ya comentados en algún artículo anterior.

Se han dado casos en que la venta de esa minoría al cabo de unos años le reporta al propietario un importe superior a lo que obtuvo al vender la mayoría. El comprador, al hacer la propuesta de precio, también propone la forma de pago de la transacción, en ocasiones no es capaz de conseguir la financiación o no tiene liquidez sufi-

ciente y puede solicitar que el vendedor financie la operación (*vendor finance*), de esta manera va pagando parte del precio en pagos aplazados. En este caso hay que evaluar el

Antes de aceptar una oferta, se debe analizar la capacidad financiera y el historial de compras

riesgo de que no pueda cumplir el compromiso de pago futuro y, en todo caso, establecer mecanismos de protección.

En la coyuntura actual la forma de pago actúa como un condicionante fuerte que puede llegar a tumbar la operación, lo que nos obliga a agudizar el ingenio para plantear fórmulas viables e imaginativas. Para terminar con esta lista, que no es ni mucho menos exhaustiva pero sí representativa de lo más habitual, conviene clarificar que va a ocurrir con el vendedor "el día después". Lo normal es que el comprador le exija un plazo de permanencia por un tiempo determinado para hacer una transición ordenada en el cambio de roles, pero también es frecuente la firma de pactos de "No Competencia".

Manejar estos factores, y alguno más, dominar el ritmo de la negociación y cerrar el mejor acuerdo posible hacen de este trabajo un verdadero oficio.

Gestión empresarial

Imex Barcelona duplica la presencia internacional en su edición de 2013

El foro de la internacionalización empresarial acogerá la visita de 2.000 pymes y autónomos

Beatriz Triper MADRID.

Ya lo afirmaba en su día Thomas Jefferson: "El espíritu egoísta del comercio no reconoce patria ni siente ninguna pasión salvo el lucro". En un momento en el que la polémica secesionista catalana se encuentra en el disparadero, Impulso Exterior (Imex) Barcelona 2013, no entiende de fronteras y se convierte, de nuevo, en el punto de encuentro de 30 países y 2000 empresarios venidos de toda España.

El haber duplicado el número de países en la presente edición tiene, además, una lectura positiva respecto a la recuperación de la confianza externa en la economía española. Alemania o Bélgica serán dos de las economías sólidas que asesorarán a los empresarios sobre sus respectivos mercados. Junto a ellos representantes de emergentes como Perú, Polonia o Gabón.

Imex Barcelona 2013 se celebra en el marco de una coyuntura en la que la internacionalización se ha convertido en pilar maestro para la supervivencia y crecimiento de las pymes y autónomos de nuestro país. De hecho los datos corroboran la teoría y en la presente edición de la feria no sólo se duplicará el número de expositores, sino también las entrevistas entre empresarios y representantes de los distintos países participantes - unas 1.500 frente a las 770 de 2012, según fuentes de la organización -. Encuentros que, además, revirtieron en 2.500 contactos nuevos para las entidades que participaron.

Para el encuentro de este año, que se celebrará los próximos 2 y 3 de octubre en el Hotel Rey Juan Carlos I de Barcelona, la organización es muy optimista "más aún cuando hemos tenido que ampliar el espacio inicialmente contratado". Igualmente se espera superar el 20 por ciento de asistencia de autónomos y pymes procedentes del resto de comunidades autónomas así como que el número de visitantes de otras nacionalidades alcance entre el tres y cuatro por ciento.

Dieta mediterránea

Entre los datos proporcionados por Imex a *elEconomista* llama especialmente la atención la valoración de asistentes por grupo de actividad. El sector de la alimentación ocupó el tercer lugar en el ranking de visitantes, un 7,87 por ciento, por delante de servicios de consultoría (6,65 por ciento) y servicios financieros (6,39 por ciento). La industria fue la que mayor volumen de



IMEX Barcelona 2012 generó 2.500 nuevos contactos para las empresas que participaron. IMEX

Prokua: internacionalizarse de forma lógica y coherente

Una vez tomada la decisión, salir al exterior puede parecer algo sencillo. Sin embargo la perdurabilidad del proceso internacionalizador depende en gran medida del conocimiento del país destino. El método Prokua, importado desde Alemania por la consultora Axikon, permite optimizar los procesos para garantizar el éxito en la expansión comercial de la empresa hacia otros mercados. Christian Liepert afirma que "la diferencia es que este método emplea la lógica y la coherencia". Una lógica que parte de la

confirmación de la ventaja competitiva de la empresa "sin ella es imposible exportar", afirma Liepert. A partir de ésta se desarrollan cuatro fases que consisten en la validación del plan comercial (mercado objetivo y formas de entrada), preparación de las herramientas comerciales, captación de clientes internacionales y finalmente expansión a otros países. Como máxima para internacionalizar es necesario asumir "que el proceso no es rápido pero que los resultados serán una realidad".

visitantes generó, casi un tercio del total, algo ciertamente previsible si tenemos en cuenta que el tejido empresarial catalán se compone en su mayor parte de entidades integradas en el sector de la producción industrial.

La estadística sectorial supone un indicador que podría representar el giro que se está produciendo en el tipo de actividades escogidas por las empresas españolas de la internacionalización. Destaca sorprendentemente que, tan sólo un 2,60 por ciento de los visitantes se integren entre el grupo de profesionales del sector turístico, más cuando éste es otro de los fuertes históricos de la economía y Marca España.

El haber elegido Barcelona como segundo enclave estratégico para la

celebración de Imex tampoco es casual. Durante 2012, Cataluña acaparó el 26,2 por ciento sobre el total del volumen de exportaciones a nivel nacional. Le siguieron Comunidad de Madrid, con un 12 por ciento, Andalucía (11,3 por ciento) y Comunidad Valenciana (9,4 por ciento). El mayor crecimiento en 2012 se produjo en el conjunto de provincias andaluzas, que incrementaron sus ventas al exterior en un 9,6 por ciento, seguida de Madrid, que experimentó una subida del 9 por ciento y Cataluña del 5 por ciento. Los datos demuestran, por tanto que ni el comercio internacional ni los intereses de nuestros empresarios entienden de rebeldía política.

Potencial exportador

La relevancia de Imex en el sector de las ferias de internacionalización tiene su mejor reflejo en que más del 60 por ciento de sus visitantes fueron empresarios y altos directivos. Empresas que el año pasado acudieron de visita regresan este año a Imex Barcelona, pero esta vez en calidad de expositores. Es el caso de Axikon, consultora especializada en el asesoramiento para la internacionalización empresarial, cuyo presidente, Christian Liepert, afirmó en declaraciones a *elEconomista* que "la calidad de las conferencias y el cambio radical de la edi-

El 20% de visitantes de IMEX Barcelona proceden de fuera de Cataluña

ción de este año nos ha llevado a representar a dos países como Alemania y México".

La eficacia de las ferias no se queda meramente en lo teórico. Liepert resalta que a dos semanas de celebrarse Imex tiene "cerca del 70 por ciento de su agenda cubierta con entrevistas de empresarios interesados en el mercado alemán". Algo que les hace pensar que "no nos hemos equivocado".

Para el presidente de Axikon eventos como Imex se han convertido "en centros de conocimiento donde el visitante puede empaparse de internacionalización y que permiten un primer acercamiento a otros mercados". Y quiso destacar que "el mercado nacional necesita que las empresas exporten por la caída del mercado interno".

Gestión empresarial

Cataluña, Andalucía y Valencia, líderes en deudas y morosidad con los autónomos

Los retrasos en abonar las facturas son la causa del cierre de uno de cada cuatro negocios en España

elEconomista MADRID.

Al margen de la Ley de Emprendedores, la gran asignatura pendiente para los autónomos es la morosidad, causa del cierre de uno de cada cuatro negocios en España. Los datos del último Barómetro de ATA muestran que las Administraciones Públicas españolas tardan 144 días de medias en pagar sus facturas a los autónomos en un flagrante incumplimiento de la Ley de Morosidad y de la Directiva europea, que establecen un plazo máximo de pago de 30 días.

Al desglosar esos 144 días de demora por comunidades autónomas, los datos de ATA muestran como Cataluña, Comunidad Valenciana y Andalucía son las que más tardan en pagar de todo el territorio nacional. La media del periodo de pago de facturas atrasadas a autónomos y pymes es 152 días en Cataluña y de 151 tanto en la Comunidad Valenciana como en Andalucía.

Por encima de la media nacional también se encuentran la Región de Murcia y Asturias, donde los autónomos tienen que esperar de media 146 y 145 días, respectivamente, para cobrar las deudas. Por el contrario, Galicia y La Rioja (38 días) y Navarra y País Vasco (ambas con 39 días) son las que menos tardan en pagar y las que más se acercan a los plazos que establece la Ley de Morosidad.

Con periodos medios de pago inferiores a la media nacional pero que superan los 100 días se sitúan: Castilla la Mancha (139 días), Canarias (133 días), Aragón (128 días), I. Baleares (115 días), Cantabria (114 días), Extremadura (108 días) y Castilla y León (106 días).

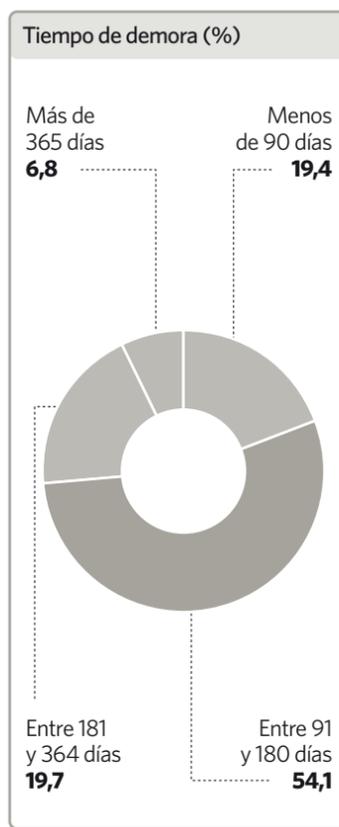
Finalmente, con un periodo de retraso en los pagos las Administraciones Públicas (Gobierno Au-

Evolución de la deuda de las administraciones según CCAA

De febrero de 2013 a mayo de 2013

CCAA	DEUDA A AUTÓNOMOS (MILLONES DE €)				PLAZO TIEMPO MOROSIDAD ADMÓN PÚBLICA
	MAYO 2013	AGOSTO 2013	DIFERENCIA	PORCENTAJE	
Andalucía	703	709	6,1	0,9	151
Aragón	190	191	1,0	0,5	128
Asturias	148	150	2,4	1,6	145
Islas Baleares	139	136	-3,4	-2,5	115
Islas Canarias	178	180	1,5	0,9	133
Cantabria	61	57	-4,5	-7,3	114
Castilla y León	273	270	-2,7	-1,0	106
Castilla-La Mancha	329	325	-3,7	-1,1	139
Cataluña	798	804	6,2	0,8	152
Com. Valenciana	670	681	10,5	1,6	151
Extremadura	147	142	-5,2	-3,5	108
Galicia	162	148	-14,2	-8,8	38
Com. de Madrid	490	487	-3,5	-0,7	95
Murcia	283	283	0,02	0,01	146
Navarra	42	41	-1,3	-3,2	39
País Vasco	181	180	-1,2	-0,6	39
La Rioja	29	26	-3,3	-11,2	38
Ceuta	7	7	-0,02	-0,3	67
Melilla	7	7	-0,02	-0,3	66
España	4.839	4.824	-15	-0,3	-

Fuente: ATA Federación de Autónomos.



elEconomista

Las empresas privadas superan también en 29 días los plazos que marca la Ley

tonómico, Diputaciones, Entes Locales y Empresas Públicas) inferior a 100 días se encuentran: Comunidad de Madrid (95 días), Ceuta (67 días) y Melilla (66 días).

A pesar de estos datos, tanto los periodos de pago como la cuantía

adeudada por parte de las Administraciones Públicas a los autónomos se ha reducido ligeramente en los tres últimos meses, pasando el plazo medio de pago de los 151 días a los 144 y la cuantía ha descendido en unos 15 millones de euros, hasta situar el monto total en torno a los 4.824 millones de euros.

La morosidad privada

La encuesta realizada desde el Observatorio del Trabajo Autónomo de ATA recoge también los plazos de pago en sus facturas con los autónomos de las empresas privadas, haciendo una diferenciación según

el tamaño de la empresa. Siguiendo la tónica de las Administraciones Públicas, en el caso de las facturas que emiten los autónomos a empresas privadas el periodo de cobro también se reduce ligeramente de los 89 días del anterior informe hasta los 85 días, estando dicho plazo también alejado de los 60 días que establece, como máximo, la Ley de Morosidad para 2013. Cabe destacar, además, que en todo del tejido empresarial privado han disminuido los días de pago de las facturas emitidas por autónomos y microempresas, a excepción de las empresas que tienen de 9 a 50 traba-

jadores, cuyo plazo se mantiene en los 72 días.

ATA comprueba como existe una relación directa: cuanto mayor es el tamaño de la empresa, mayor es el número de días que tarda en abonar los servicios que le ha prestado un autónomo. Es más, las grandes empresas (de más de 1.000 trabajadores) tardan en doble en pagar que las transacciones que se llevan a cabo entre los autónomos: mientras que la gran empresa tarda una media de 124 días en pagar las facturas, el periodo medio de pago entre autónomos desciende hasta llegar a los 59 días.

Disfrute de **elEconomista** y sume a su cuenta

20.000 Avios

Suscripción anual de martes a sábado

Incluye acceso a la edición PDF del diario elEconomista, a la Hemeroteca y elResumenDiario

Si aún no es cliente de Iberia Plus puede darse de alta gratuitamente en www.iberia.com



elEconomista.es

Más información en 902 88 93 93

Gestión empresarial

LA BANCA TRATA DE ACTIVAR LOS CRÉDITOS ICO

Las entidades frenaban la salida de miles de millones en productos atractivos para las pymes pero no para ellas, hasta que les han mejorado el margen que cobran

elEconomista VALENCIA.

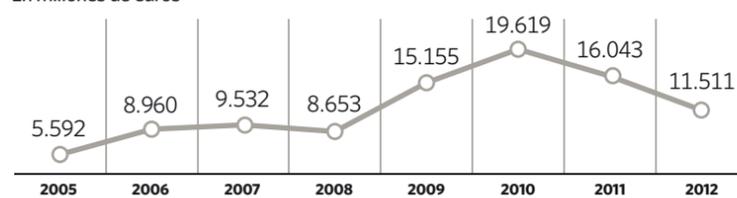
Los pymes y autónomos y las asociaciones que los representan vienen quejándose desde hace meses de que los préstamos del Instituto de Crédito Oficial (ICO) no les llegan, a pesar de que los bancos podrían conceder todos los que quisieran, ya que no hay un límite máximo. Las cifras de los últimos semestres confirman esa sensación, ya que de una media de unos 8.000 millones por semestre concedidos desde 2009 se pasó a 3.189 millones en el segundo semestre de 2012 y 4.384 en el primero de este año. Y gracias, porque según fuentes financieras hubo un repunte en junio que mejoró la estadística. No obstante, desde el ICO animan a las empresas a seguir acudiendo a los bancos –“si se lo deniegan en uno, que pregunten en otro”–, porque los datos de julio y agosto muestran que “se está abriendo un poco el grifo”. Según datos de la entidad, en julio se formalizaron operaciones por 2.334 millones y agosto fue el mejor de los últimos seis años, con 746 millones prestados.

¿Qué ha provocado que los bancos hayan concedido en julio el equivalente a más de la mitad de todo el primer semestre? ¿Las quejas de los empresarios? ¿La presión del Gobierno? ¿Los brotes verdes que cada vez más analistas ven en la economía española? Nada de eso, según fuentes financieras, que apuntan que la principal causa es que el ICO ha mejorado el margen de intermediación para las entidades. Un hecho que el organismo oficial no ha confirmado.

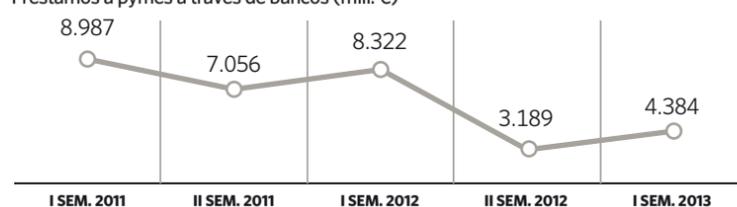
Directores de oficinas bancarias consultados por *elEconomista* coinciden en que una de las causas del frenazo a los préstamos ICO es la situación de “caos, cierre de oficinas, despidos” y, en paralelo, aumento de la regulación y cambio en los procedimientos de trabajo por las fusiones, que hacen que las operaciones del negocio diario se descuiden, se retrasen o simplemente se ignoren. “Este es el pan nuestro en muchas oficinas de banca hoy. Las prioridades son otras y, sinceramente, la concesión de un ICO

Préstamos ICO que llegan a las pymes

Préstamos ICO distribuidos a través de los bancos
En millones de euros



Semestre a semestre
Préstamos a pymes a través de bancos (mill. €)



Entidades más activas en 2013 (hasta el 14 de junio)

CCAA	IMPORTE (MILL. €)	CUOTA (%)	CCAA	IMPORTE (MILL. €)	CUOTA (%)
Sabadell	1.392,7	33,61	BMN	201,5	4,86
Popular	537,0	12,96	Bankinter	181,4	4,37
Santander	476,9	11,51	CajaMar	68,2	1,64
BBVA	470,1	11,34	Ibercaja	38,9	0,93
CaixaBank	329,6	7,95	Resto	161,0	3,89
Bankia	287,9	6,94	Total	4.145,2	100,00

Fuente: ICO y elaboración propia.

Operaciones por CCAA en 2013 (I semestre)

CCAA	IMPORTE (MILLONES €)	Nº DE OPERACIONES
Andalucía	443,1	8.166
Aragón	152,6	2.415
Asturias	116,7	1.938
Baleares	135,8	2.099
Islas Canarias	94,9	1.814
Cantabria	31,7	665
Castilla-La Mancha	119,2	2.298
Castilla y León	190,4	3.367
Cataluña	863,1	14.223
Com. Valenciana	379,9	7.152
Extremadura	54,0	938
Galicia	203,0	3.643
La Rioja	39,7	438
Madrid	627,3	8.169
Navarra	58,2	684
País Vasco	212,5	1.782
Murcia	176,5	2.544
Ceuta	5,6	88
Melilla	1,3	20
Otros países	215,7	1.480
Total	4.154,7	63.903

elEconomista

“Para una empresa nueva sin avales veo difícil conseguirlos”

Demebeza Infraestructuras solicitó el año pasado 500.000 euros. “Necesitábamos liquidez, aunque nos va bien tal y como está el sector de la construcción”, explica Antonio Becerril, responsable y fundador de la empresa junto a su hermano. No fue fácil. “Tuvimos que dejar un aval de 250.000 euros con nuestro patrimonio y los otros 250.000 euros los avalamos con acciones que teníamos en el Popular y que pudimos pignorar”. La empresa aragonesa está ahora pendiente de la concesión de 75.000 euros para caja. Según Becerril, las líneas ICO tienen la ventaja de los tipos de interés, si bien tienen inconvenientes, co-

mo la cantidad de documentación que exigen. “Te piden balances, cuentas de explotación, el número de obras, cómo están las obras...”. Y, además, están los avales. “Para una empresa que está empezando veo difícil que se lo puedan dar, porque se lo conceden a quien tiene algo para pagar”, explica. Además, la tramitación es larga. Según cuenta, “vas por despachos, departamentos de riesgo... y hasta que respondes pasa tiempo. Piensas, por lo que te van contando, que te lo concederán, pero te puedes encontrar con que pasan tres meses y la respuesta es ‘no’. Y esto es un problema porque el dinero se necesita ya”.

no es una de las primeras, ni mucho menos”, apuntan.

A ello se suma que las exigencias de solvencia para lograr un préstamo ICO hace que queden fuera muchas. Según estas fuentes, “hoy, a diferencia del inicio de la crisis, las entidades ya no tienen un problema de liquidez y sí disponen de fondos, ICO o de otros tipos, el problema es que los balances de las empresas sí que están peor que al inicio de la crisis”, explica uno de los directivos consultados.

“No animamos a pedirlos”

Sebastián Reina, secretario general de la Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos (Upta), tiene claro por qué los préstamos del ICO no son la panacea para los autónomos y las pymes. “Hay tres justificaciones, siendo la más importante de ellas el que aunque es el ICO el que ofrece unas líneas oficiales de crédito, la concesión co-

rresponde a las entidades bancarias”. Para Reina, el error del instituto público fue permitir que los bancos tengan los mismos criterios de garantías para sus créditos que para los créditos que oferta cada entidad. “El problema no es la falta de liquidez, sino el exceso de garantías. En la situación económica actual, muchas empresas han bajado mucho su facturación y sus beneficios, si los hubiere. Entonces, van a pedir un crédito ICO y resulta que no se lo conceden porque no cubren todas las garantías”. Para el secretario general de Upta, esto solo favorece a los bancos, que conceden créditos según sus criterios pero con dinero ajeno, y a las grandes y medianas empresas que son las únicas que pueden acceder a ellos. “Al final, las pymes, para quienes fueron creados estos créditos, son las más perjudicadas”, añade.

En segundo lugar, Reina señala que existe una falta de demanda

por la incertidumbre. “La gente no los pide porque piensa que no se lo van a conceder”. Por último, “y aunque es el justificante menos importante”, Reina explica que “los tipos de interés están cerca del 8 por ciento, prácticamente a niveles de mercado”. Así, concluye, “desde Upta ya ni siquiera animamos a los autónomos a que pidan un crédito ICO”.

El presidente de la Asociación De Trabajadores Autónomos (ATA) en Galicia, Alvaro Viqueira, entiende que este instrumento de financiación no está funcionando, al menos para los autónomos, que necesitan “préstamos que en la mayoría de los casos no superan los 18.000 euros”, pero que en su opinión no son rentables para las entidades financieras.

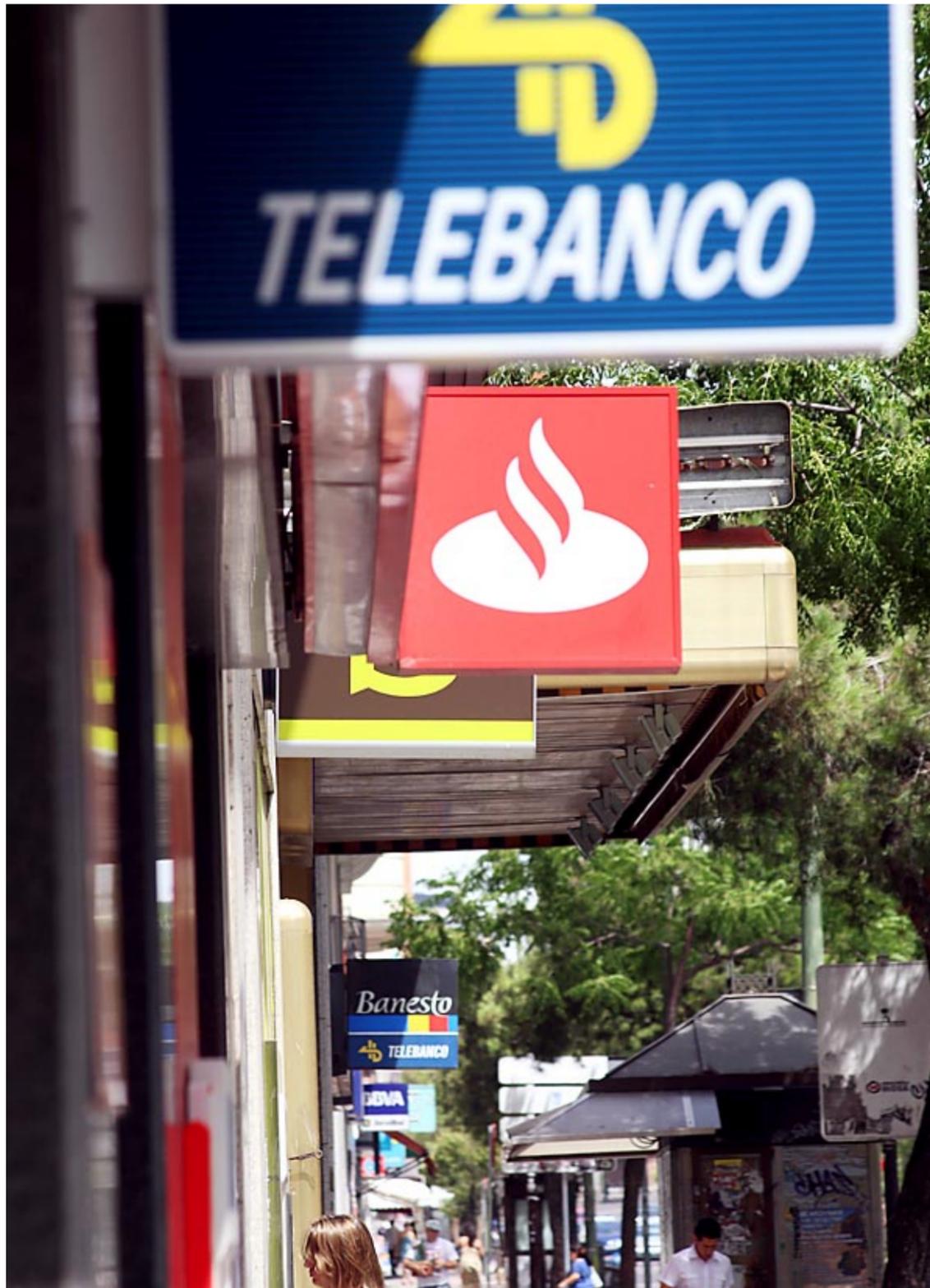
Uno de los directores consultados confirma esta sensación. “Nos sigue interesando más prestar nuestro propio dinero. Creo que el ICO inyectaría dinero en las pymes de verdad si asumiera él el riesgo, a modo de banca pública”.

Todo el riesgo para el banco

Y es que, según explican desde el organismo dependiente del Ministerio de Economía y Competitividad, “el ICO da el dinero al banco, pero el 100 por cien del riesgo es del banco”. Los bancos, además, tienen sus propios productos, por lo que el interés que puedan tener en conceder los préstamos oficiales frente a los suyos es más de imagen que por rentabilidad. Por eso, Viqueira cree que el ICO debería tener “un papel más importante en la microfinanciación”, de manera que desde el sector público se avale el 50 o 60 por ciento del préstamo y solamente haya que cubrir la garantía del resto.

Por su parte, desde la Federación de Autónomos de Galicia (Feaga), Francisco Javier Pérez explica que la experiencia dice que no se emplean más allá de un 25 por ciento de los fondos ICO, porque ya casi nadie los pide. “Los bancos buscan depósitos para seguir capitalizándose, nuevos clientes, pero el grifo del crédito está más cerrado que nunca”, sentencia.

Por si esto fuera poco, algunas entidades han aprovechado los ICO para cancelar productos propios menos rentables, de manera que no aportan dinero nuevo a las empresas. Así lo explica un director de oficina que pide no ser identificado: “Los ICO se han venido utilizando para empresas que facturaban, por ejemplo, más de 40 millones, no para pymes más pequeñas y por tanto quizá más necesitadas. E, incluso en esas empresas, lo que se ha hecho ha sido forzarlas a *prestamizar* las pólizas de crédito que venían manteniendo con el banco y que eran menos rentables que un ICO, de manera que las cambiaban por préstamos de la línea ICO Liquidez a 3 años. Con ese plazo de devolución, lo que se ha provocado es una presión financiera adicional sobre las empresas que en



Sucursales en una calle de Madrid. ELISA SENRA

Sebastián Reyna: “Desde Upta ya ni animamos a los autónomos a pedir un crédito ICO”

muchos casos ha llevado a reestructuraciones o refinanciaciones”.

Otro de los problemas que han frenado la concesión de créditos es la petición de garantías, “excesiva”, según algunos empresarios, y la exigencia de solvencia en un momento en el que las empresas tienen sus balances muy tocados. No obstante, desde Oinarri SGR, que maneja la línea ICO-SGR, apuntan que muchas empresas van “muy tarde” a solicitar estos programas de financiación, cuando ya están casi con el agua al cuello. “Querían que avalase hasta mi mujer”, asegura un em-

presario del sector de las energías renovables que ha intentado acogerse a la línea de crédito que el ICO ha puesto en marcha con las sociedades de garantías recíprocas. No oculta su indignación cuando se le pregunta por las supuestas facilidades para financiarse que se promueven desde instancias públicas y no duda en afirmar que “se están portando peor que la banca comercial”, por lo que ha optado por trabajar con entidades alemanas. “Allí examinan el proyecto hasta el mínimo detalle pero para conocer si es viable. Cuando se dan cuenta de que sí, te apoyan en bastantes mejores condiciones que las que ofrecen aquí”, añade. En concreto, ha conseguido financiación a euríbor y un diferencial del 1,5 por ciento, a 20 años de plazo y con dos de carencia.

La caída del número de operaciones en los últimos dos semestres no puede atribuirse en ningún ca-

so a la falta de fondos. Desde el ICO aclaran que “no existe límite en la cuantía total de líneas de mediación”. El organismo transfiere los fondos a las entidades financieras a medida que estas van formalizando las operaciones de préstamos con las empresas y solicitan los fondos correspondientes. Así pues, en la caída del número de operaciones intermediadas por los bancos no influye el hecho de que el ICO haya destinado en los últimos años grandes recursos a financiar a las comunidades autónomas, precisamente para que cobrasen miles de pymes proveedoras.

Los bancos se defienden

Fuentes financieras admiten que la concesión de estos préstamos, como de los demás, depende de la estrategia de las entidades de cara a las pymes, de su preferencia por este u otros productos –Kutxabank, por ejemplo, trabaja más con los

programas financieros del Gobierno vasco– y de sus políticas de riesgo, últimamente más firmes para no aumentar la morosidad. “Facilitaría las cosas si el ICO, como ocurre con las sociedades de garantía recíproca, asumiera parte de este riesgo”, apuntan.

El banco más activo, con diferencia, es Sabadell, con un tercio del total del dinero ICO prestado en el primer semestre de 2013. Aún así, fue una de las que redujo la cantidad total prestada. Según fuentes de la entidad catalana, “aunque cuesta crearlo, lo cierto es que la crisis económica ha provocado que no existan tantos proyectos solventes que piden crédito, ya que un empresario se lo piensa muy mucho antes de cambiar una máquina o ampliar una nave”. Ese es el motivo, aseguran. “Nosotros mantenemos nuestro foco de negocio sobre pymes y emprendedores, lo que nos hace estar muy cerca de ellos y estamos dispuestos a financiar tanto los proyectos de ampliación y mejora como los de exportación”, añaden estas fuentes. En cuanto a los márgenes que ofrecen los préstamos ICO a la entidades financieras que los distribuyen, el Sabadell los considera adecuados.

Por su parte, La Caixa asegura que la comercialización de las líneas ICO va en la misma línea que el año pasado. Con datos a septiembre, la entidad que preside Isidro Fainé ha comercializado 651,3 millones de euros (el 8,72 por ciento del total) y esa cifra sólo es cuatro millones menos que a septiembre de 2012, cuando había colocado 654 millones (el 6,60 por ciento del to-

Sabadell: “La crisis ha provocado que no existan tantos proyectos solventes que piden crédito”

tal). La entidad destaca que este año ha ganado cuota de mercado –más de dos puntos– y que ha pasado de ser el séptimo banco a ser el quinto por volumen de créditos ya que “otros bancos han bajado muchísimo su producción”. Para final de año, “la previsión es seguir la línea del año pasado y cerrar con importes parecidos a 2012”. La entidad también pide atención al perfil del solicitante del crédito ICO que tiene: “muchos autónomos y microempresas, lo que hace que, por regla general, el volumen de los préstamos sea menor al de otras entidades”. En 2012, La Caixa concedió un total de 21.054 préstamos ICO, por un importe de 944 millones.

Información elaborada por

Javier Alfonso, Carlos Pizá, Carmen Larrakoetxea, Esther Porta, Jordi Sacristán, Eva Sereno, Ruth Lodeiro y Rafael Daniel.

Gestión empresarial



Andrés Romerales, fundador de la compañía. EL ECONOMISTA

“Casi nadie sabe cuánto se gasta al mes con exactitud”

La plataforma ‘MyValue’ permite controlar a la vez todas las cuentas bancarias, aunque pertenezcan a varias entidades

Camila Pan de Soraluze MADRID.

Parece que, en los últimos tiempos, emprender va siempre ligado a necesidad, y encontrar el uno sin el otro resulta cada día más raro. Andrés Romerales es una de esas excepciones. Ingeniero industrial, trabajaba en una empresa constructora. Puesto que dejó para dedicarse plenamente a una idea que, junto a la también ingeniera industrial Natalia de Santiago, puso en marcha hace cuatro años: MyValue.

La idea es fácil de entender, aunque no tanto de llevar a cabo: que sus usuarios puedan controlar, desde una sola web, las diferentes cuentas bancarias, aunque pertenezcan a diferentes entidades.

“No es nada extraño que en una familia tipo tenga una cuenta corriente con la nómina, una cuenta de ahorro remunerada, una o dos tarjetas de crédito del banco de la nómina, otra tarjeta porque ofrece descuentos o por su programa de

puntos, una hipoteca, un préstamo del coche y, si queda algún ahorri- llo, incluso un depósito. También es común tener Cartera de Valores, Fondos y Planes de Pensiones”, asegura Andrés Romerales. Esto, explica el ingeniero, conduce a un pau-

Menos del 10% de la población española gestiona personalmente sus finanzas

latino descontrol que, al final, acaba siendo perjudicial para la economía familiar.

“Si ahora preguntásemos a un grupo de personas por la calle cuánto dinero se gasta al mes, en su casa, en ocio, en su coche o en sus últimas vacaciones, podríamos comprobar fácilmente que la gente no

lo sabe con exactitud”, comenta Natalia de Santiago. Y los datos ratifican sus palabras: según un estudio de ESADE, menos del 10 por ciento de la población declara gestionar sus finanzas personales.

Herramienta de lectura

El proyecto, que recibió financiación del Ministerio de Economía y Competitividad a través de su Centro de Desarrollo Tecnológico Industrial, utiliza los mismos protocolos de seguridad que los bancos.

De hecho, se trata de una herramienta sólo de lectura, a través de la cual no se puede operar. “Sin claves no se puede operar y la idea no es esa, sino tener un control permanente de nuestras finanzas. No parece de sentido común que, teniendo una aplicación sencilla como esta para gestionar los gastos y los ingresos, la gente quiera entrar en tres o cuatro webs de bancos para ver el estado de todas sus cuentas”, explica Andrés Romeral.

Financiación para pymes de larga trayectoria empresarial

Los inversores destinarán una cantidad mínima de 500.000 euros

Araceli Muñoz MADRID.

En estos tiempos de crisis, cada vez son más frecuentes las historias de nuevos emprendedores que deciden crear su propia negocio y necesitan financiación. Sin embargo, ¿qué ocurre con las pymes de larga trayectoria profesional que quieren expandirse o iniciar un proyecto de internalización?

En este contexto aparece el Foro Capital Pymes, que tendrá lugar el 24 de octubre en Madrid y el 5 de noviembre en Barcelona, en su quinta y sexta edición respectivamente.

En este evento, las pymes consolidadas –pues como requisito les exigen tener cinco años de antigüedad en el sector, estar posicionadas en el mercado y facturar un mínimo de 3 millones de euros– podrán presentar sus proyectos empresariales a inversores. Estos proyectos deben tener como objetivo que la empresa crezca, se internacionalice, pueda fusionar o absorber a otras, mejorar sus sistemas productivos o crear una *spin-off*. Para ello, el perfil que buscan son empresas con visión a largo plazo, capaces de internacionalizarse y con equipos directivos profesionalizados.

Sin embargo, este evento no funciona como una presentación para un fondo de inversión. Son los inversores asistentes a las presentaciones los que toman sus propias decisiones antes de prestar su capital. Los asistentes serán miembros de bancas corporativas, fondos de capital de riesgo, “*family offices*” y otros inversores corporativos interesados en destinar

unas cantidades cifradas entre 500.000 y 3 millones de euros en pymes consolidadas con potencial para crecer y expandirse.

Para inscribirse en el proceso de selección, las pymes deberán descargar el formulario en la web del evento (www.forocapital-pymes.com) y podrán presentar sus propuestas, de manera gratuita, hasta el 30 de septiembre –en el caso de la edición de Madrid– o hasta el 16 de octubre –en el caso de la edición para la Ciudad Condal.

Además, las empresas seleccionadas podrán participar, antes del foro, en una serie de talleres-*workshop*. El primero sobre la inversión privada, los inversores y las fórmulas de inversión. El segundo, sobre los pasos y los plazos en el proceso de inversión. Otro, sobre la valoración de las empresas y los procesos de *due diligence*. Finalmente, para conseguir que las pymes realicen la mejor exposición posible de cara a los nuevos inversores, el último *workshop* versará sobre cómo presentar su proyecto en el foro durante 10 minutos.

3

MILLONES DE EUROS

Es el capital que las empresas necesitan para participar en el Foro Capital Pymes.

A través de estos eventos, las pymes consolidadas abren sus puertas al mercado inversor –que con la crisis se está centrando más en los emprendedores actuales. Así, las empresas seleccionadas se pondrán en contacto con inversores tanto nacionales como internacionales y entrarán en un proceso profesional que les permitirá seguir creciendo.

Siete acuerdos entre empresas españolas y Arabia Saudí

El embajador de Arabia Saudí en España animó a las pymes a invertir

elEconomista MADRID.

El embajador de Arabia Saudí en España, S.A. Príncipe Mansour Al Saud, que participó en la reunión del Consejo Empresarial Hispano-Saudí, organizado en Madrid por

las Cámaras de Comercio, animó a las pequeñas y medianas empresas españolas a invertir en ese mercado, que actualmente ofrece importantes incentivos para la inversión extranjera. Asimismo, Mansour Al Saud ha destacado la buena acogida que tiene el inversor español en su país.

Según se puso de relieve durante el encuentro, los sectores con más oportunidades de negocio en Arabia Saudí son energía y electri-

cidad, telecomunicaciones, tratamiento y desalinización de agua, petroquímica, transportes, consultoría, pavimentos cerámicos, alimentación, mobiliario, textil y farmacéutico.

El presidente del Consejo Superior de Cámaras y presidente español del Consejo Hispano-Saudí, Manuel Teruel, manifestó durante su intervención que las Cámaras de Comercio españolas consideran a Arabia Saudí como uno de los en-

claves estratégicos y prioritarios de su acción exterior.

Según resaltó Teruel, “centraremos allí una importante parte de nuestros esfuerzos en los próximos años, pero no solo fomentando la presencia de las empresas españolas en proyectos de gran envergadura y dimensión, sino también en incentivando y favoreciendo la colaboración de las pymes de ambos países.” En este sentido, Teruel se refirió a que hasta finales de año es-

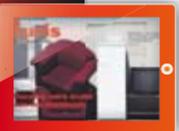
tán ya programadas siete actividades de promoción de carácter multisectorial en el mercado saudí, lideradas por las Cámaras de Comercio de Santiago de Compostela, Sabadell y Madrid.

La ronda de negocios que tuvo lugar después de la inauguración oficial del encuentro, contabilizó 250 reuniones individuales entre empresas. De estos contactos ya han surgido siete acuerdos comerciales formales.

DISFRUTE DE LAS
REVISTAS DIGITALES
GRATUITAS
 de **elEconomista.es**

Disponibles en todos los dispositivos electrónicos



	EconomíaReal elEconomista	eE eleconomista.es/economiareal	LUNES Todos
	Iuris&lex elEconomista	eE eleconomista.es/ecokey www.ecokey.es @Ecokey_iuris	VIERNES Todos
	Sanidad elEconomista	eE eleconomista.es/sanidad www.ecosanidad.es @eESanidad	JUEVES 1º y 3º de cada mes
	Alimentación elEconomista <small>y gran consumo</small>	eE eleconomista.es/alimentacion @eEAlimentacion	MARTES 3º de cada mes
	Transporte elEconomista	eE eleconomista.es/transporte @eETransporte	MIÉRCOLES 2º de cada mes
	Energía elEconomista	eE eleconomista.es/energia @eEEnergia	JUEVES Último de cada mes
	Inversión elEconomista <small>a fondo</small>	eE eleconomista.es/inversion @Eco_bolsa1	SÁBADO Último de cada mes
	Consumo elEconomista	eE eleconomista.es/consumo @eEConsumo	MIÉRCOLES Último de cada mes
	Tecnología elEconomista	eE eleconomista.es/tecnologia @eETecnología	MIÉRCOLES 3º de cada mes
	Seguros elEconomista <small>MAGAZINE</small>	eE eleconomista.es/seguros @SegurosMagazine	JUEVES 2º de cada mes
	Golf elEconomista.es <small>MAGAZINE</small>	eE eleconomista.es/golf @GolfMagazineEco	SÁBADO 3º de cada mes

Gestión empresarial

EXPATRIADOS POR OBLIGACIÓN

En España han aumentado un 50 por ciento en dos años. Pero la realidad esconde una máxima: "O a otro país, o a la calle"

Ángeles Caballero MADRID.

A los fans de programas televisivos como *Españoles por el mundo*, con sus respectivas comunidades autónomas, la idea de la emigración les debe de parecer poco más de un cuento de hadas. Vidas relajadas, casas estupendas y cierta nostalgia por la tortilla de patata y la familia que se quedó en tierra. Pero inflar las expectativas conlleva, a veces, caídas tremendas.

Los expatriados no son una excepción. Es cierto que no son considerados emigrantes, si entendemos emigración como buscarse la vida en el extranjero mientras las cosas se arreglan en España. Pero el prototipo de director general que se va con la casa a cuestas, con sueldo europeo y rodeado de privilegios para él y los suyos está pasando a mejor vida. O más bien ya ha pasado.

Conviene que diferenciamos entre expatriado e inmigrante porque el primero "es un privilegiado", advierte Óscar Izquierdo, director en el área de Human Capital de Ernst & Young Abogados. Explica que mientras países como Estados Unidos lleva más de un siglo funcionando a base de multinacionales, España apenas supera la mayoría de edad en esto de los traslados laborales. "Somos aún muy locales. Aquí se vive muy bien y nos cuesta mudarnos", dice.

Así que muchas compañías, asfixiadas por problemas financieros y con un mercado interno que no acaba de despegar, están optando por recurrir a otro tipo de expatriaciones. "España ya no expatría, localiza. Es mucho más barato", comenta. Es decir, que eso de

irse con sueldo europeo también se acabó. Que se lo digan a Luis, un madrileño de 38 años con experiencia previa de expatriación en Buenos Aires durante un par de años -mujer e hijos incluidos-, al que apenas un mes antes de hacer las maletas para irse a México, le comunicaron que no podían acceder a sus deseos económicos por dificultades de su empresa. Y finalmente optó por quedarse en Es-

Las empresas, para ahorrar costes, imponen hoy los salarios del país de destino

paña y viajar, al menos un par de semanas al mes, a Latinoamérica.

Cuando no recurren, como dice Izquierdo, a medidas mucho más expeditivas. "Suenan muy duro pero en muchos casos se da el *Out or out*: o sales fuera o no tienes hueco en esta empresa", dice. Su compañera Bárbara Pardo de Santayana, socia responsable de Human Capital, lo confirma: "Las compañías del sector de la construcción lo hacen mucho. No tienen ningún inconveniente".

Sean o no por obligación, lo cierto es que desde aquel verano de 2007 que muchos fechan como inicio de la recesión, las cosas han cambiado. El mayor nivel de exigencia y la menor oferta de empleo local han aumentado las expatriaciones de grandes empresas y pymes en un 60 por ciento en los últimos años, según los datos faci-

litado por la consejera delegada de la empresa de servicios de movilidad EMS. Además, el personal desplazado ha crecido un 50 por ciento solo en dos años.

"Distaba mucho de lo que se estaba haciendo hace años. La crisis ha hecho que se reduzcan los paquetes retributivos, no tiene nada que ver con épocas como los años 2004 y 2005, cuando las empresas hacían grandes compras. Se ven obligadas a la reducción de costes", comenta Ramón Portela, director fiscal de la consultora BDO. Seis de cada diez empresas reconocen que la crisis ha cambiado sus políticas de expatriación y el salario ha dejado de ser la principal atracción para los candidatos, según la tercera edición de un estudio de Ernst&Young y la escuela de negocios IESE.

Y aparte del tijeretazo, las empresas se olvidan de la normativa española, con cual incide directamente en las cláusulas de los contratos. Portela tampoco cree demasiado en la expatriación, aunque en vez de localizar prefiere servir de otro verbo: recolocar. "La construcción y algunas compañías extranjeras se dan cuenta de que con el hundimiento de nuestra economía tienen plantillas sobredimensionadas en España, así que analizan si tienen huecos en otras filiales. Al final se trata de un tema de oferta y demanda", dice Portela.

También este tipo de mudanzas por obligación dejan guardada en un cajón otra consecuencia que hace años venía aparejada a la expatriación: un ascenso. Y los tiempos, que al igual que los costes, se han reducido. Ahora muchos expatria-

dos están en destino por periodos de un año para llevar a cabo proyectos puntuales.

Nuevo perfil

Por cambiar, hasta ha cambiado el perfil del trasladado. El nuevo DNI del expatriado es un joven sin cargas familiares. La consultora BDO nos ayuda a definirlo: hombre, menor de 35 años, soltero, con ingresos medios y nivel de educación medio. Veamos los motivos por los que pareja e hijos no son tan bienvenidos en la empresa. Las tres principales causas de estrés son la muerte de un familiar, el divorcio y un traslado. Pues bien, a veces la tercera lleva consigo la segunda. "Se busca mucho soltero o divorciado, porque si va la familia aumenta la incertidumbre. Por ejemplo, si hay hijos hay que ser especialmente sensible en casos de posible hospitalización. Hay destinos que están a 400 kilómetros de la principal ciudad", cuenta Óscar Izquierdo. Bárbara Pardo de Santayana cree que la pareja desempeña un papel estratégico en el proceso de adaptación. "Hemos visto casos en los que la mujer ha decidido quedarse y ha acabado en divorcio", dice. O a veces las expatriaciones son fallidas y acaban en retorno antes de lo previsto porque ellas no se adaptan", añade.

El impacto que produce en las familias es determinante. "Puede que el cónyuge añore su trabajo. Al fin y al cabo, el expatriado tiene que hacer cosas nada más llegar y suele adaptarse mejor", comenta Andrés Fontenla, consejero delegado de Fontevalú Consulting.

Por no hablar de la seguridad.



62%

DE LAS EMPRESAS

Se han visto forzadas a modificar sus políticas de expatriación por la crisis. El salario solo cambia si se produce un salto profesional asociado al puesto, según un estudio elaborado por Ernst & Young Abogados.

80%

DE LAS EMPRESAS

Este mismo estudio indica que ocho de cada diez compañías planifican la vuelta a casa antes de que el expatriado finalice el periodo y solo el 14 por ciento lo realiza antes de iniciar la expatriación.

50%

MÁS DE PERSONAL DESPLAZADO

Las mudanzas de grandes empresas y pymes han aumentado en un 60 por ciento, y el personal desplazado ha aumentado un 50 por ciento de 2009 a 2011, según la consejera delegada de EMS.

25%

ACEPTARÍA UNA EXPATRIACIÓN

Al menos un cuarto por ciento de los empleados con un puesto fijo no dudaría en decir sí a un traslado laboral, según un informe elaborado por BDO. Los más animados son los latinoamericanos, un 34 por ciento.



Muchos españoles se ven obligados a emigrar.

“Hay destinos complejos donde la empresa prohíbe expresamente que vayan familiares. Países de África y Latinoamérica sobre todo, donde puede haber peligro. La parte personal influye mucho a la hora de convertir un candidato en expatriable”, dice José Antonio de Ros, director general de ERES Relocation.

A veces, las confusiones derivan en anécdotas con tinte cómico. De Ros recuerda el caso de un saudí expatriado en Barcelona para un proyecto. “Mientras le buscábamos casa le alojamos en un hotel de lujo con vistas a la playa. Fue a recepción a pedir que lo cambiaran. Se mostró ofendido porque semejantes vistas se traducían en señoras en bikini y *top-less*”, cuenta. O lo que pasó con otro expatriado de país árabe al que a la hora de rellenar los datos de la cónyuge su respuesta fue: falta por confirmar. “No sabía con cuál de sus mujeres se iba a mudar”, dice.

Decíamos al principio de este reportaje que las expatriaciones distan mucho de las historias felices de *Españoles por el mundo*. Explicando el contexto en el que se desenvuelven en la actualidad, se comprende. “Donde mejor pue-

tifican fácilmente en cuanto te comunican el destino, pero hay otros que aparentemente parecen sencillos, como Latinoamérica, porque hablan nuestra lengua, pero pueden darse problemas”. Óscar Izquierdo añade una variable menos traumática, como el propio cambio horario, y otra con más dosis de drama: “Imagina que estás destinado en Angola, donde casi todo es selva y carreteras de barro. ¿Y si te muerde una serpiente?”.

Clima y formas de ocio

Ramón Portela habla de dificultades con los idiomas y hasta del clima como factores influyentes. “No es lo mismo un invierno en Madrid que en el norte de Alemania”, dice. E insiste en las diferencias de género. “Si te vas a Emiratos Árabes siendo mujer no lo tienes fácil. Hasta hay que adaptarse a las formas de ocio. Tengo un cliente que trabaja allí y está encantado, pero se pasa los fines de semana paseando por centros comerciales”, dice. Diferencias culturales que no deben achacarse solo a países con economías emergentes. “También hablamos de Japón”, añade.

La excelencia en la selección del candidato es hoy, por tanto, más que obligatoria. Sobre todo teniendo en cuenta que es un proceso que le sale caro a la empresa. Y si no sale bien, el coste de esta desinversión es muy alto. Para Bárbara Pardo de Santayana, la comunicación entre empresa y empleado es fundamental, y cree que hay que explicar de la forma más realista posible dónde va, a qué puesto y en qué condiciones. “También es importante ponerle en comunicación con otros empleados que hayan estado en el país”, dice.

En esa comunicación debería estar también la gestión de la vuelta, ya que gestionar el proceso de repatriación es la fase más complicada del proceso debido a las expectativas del empleado por asegurar el puesto de trabajo concreto. El informe de Ernst&Young e IESE revela que casi ocho de cada diez empresas planifican este proceso antes de que el expatriado finalice el período y solo el 14 por ciento lo realice antes de iniciar la expatriación. En cualquier caso, las empresas aseguran que es difícil establecer con antelación el puesto de trabajo que ocupará al volver. Con tanta incertidumbre, dan ganas de comprarse una red para evitar los golpes. O dos.

La cultura, el idioma, el nivel de vida y hasta el clima influyen en el éxito de un proceso

den competir las empresas españolas es en los países más remotos, por tanto hablamos de entornos muy diferentes al nuestro, y el nivel de vida y sus propias condiciones dificultan el proceso”, dice Fontenla. De hecho, un estudio de Padula&Partners revela que los destinos más frecuentes de los expatriados españoles son el Golfo Pérsico, los Emiratos Árabes, aunque le siguen países más cercanos como Alemania, Austria y Reino Unido.

En todo caso, hay barreras. José Antonio de Ros cree que destinos remotos “siempre ha habido, pero ahora se masifican”. De Ros tiene claras cuáles son esas piedras en el camino de la expatriación: la cultura del país de destino. Aspectos como la jerarquía, el trato, la discriminación a las mujeres, raciales... “A veces se iden-

34%

SE IRÍA A ESTADOS UNIDOS

Entre los destinos elegidos, según este mismo estudio, más de un tercio de los encuestados se iría a Estados Unidos. Un 22 por ciento se iría a Reino Unido, un 20 por ciento a Australia y Canadá y un 16% a Suiza.

35

AÑOS

Es la edad media del perfil del expatriado, según los datos de BDO. Además, en su mayoría son hombres, están solteros, cuentan con ingresos medios y un nivel de educación medio.

97%

OTORGAN INFORMACIÓN

Es el porcentaje de empresas que comunica a los expatriados sobre el destino de su traslado, en un 89 por ciento para el que se muda y en un 61 por ciento para sus acompañantes, según Ernst & Young Abogados.

97%

PROPORCIONA SEGURO MÉDICO

Es el principal beneficio que se otorga a los expatriados. El mismo porcentaje otorga alquiler o adquisición de vivienda y el 93 por ciento viajes anuales para la familia, según este mismo informe.

Cataluña



Tento dará el salto a Madrid este año tras abrir 24 locales en Barcelona

La cadena de comida para llevar espera adentrarse en Francia hacia el 2016

Verónica Sosa BARCELONA.

Acabar el año con 30 establecimientos Tento en Barcelona (24) y Madrid (6). Este es el objetivo que se ha marcado para este año el emprendedor Angel Bosch, que abrió el primer local de comida para llevar hace tres años en la capital catalana. Tras consolidar su presencia en Barcelona, donde cuenta en estos momentos con 22 establecimientos Tento, el próximo reto pasa por dar el salto a Madrid, donde antes de acabar el año abrirá seis locales.

“2014 será el año de crecimiento de nuestra marca, que además de en la capital española, queremos que esté presente en otros municipios importantes catalanes como Hospitalet, Terrasa, Sabadell o Martorell, entre otros”, precisa Bosch. Con 100 referencias reales en sus locales que se pueden combinar en menús de 3,95 o 5,95 euros, Tento surgió para cubrir una necesidad de estudiantes y trabajadores de las oficinas que llevan la comida en fiambreras. Pero tal y como afirma Bosch, “ahora hemos detectado otro nicho importante de negocio, la gente mayor, que compra nuestros platos preparados para no tener que cocinar en casa”.

Sin intermediarios

Una de las claves del buen funcionamiento del grupo se basa en su modelo de negocio, de integración vertical, ya que no disponen de intermediarios y controlan todo el proceso, desde la elaboración de los platos desde la cocina central que tienen en Fraga (Huesca). Bosch inició su trayectoria empresarial hace 28 años fabricando platos preparados para Pryca (Carrefour). En la actualidad, también cocina para grandes operadores del canal Horeca como Áreas y sigue dando ser-



Angel Bosch, fundador de Tento, en uno de sus establecimientos de Barcelona. EE

Tento abrirá su segundo local en una estación de Ferrocarril

Tras el buen funcionamiento del local Tento ubicado en la estación de Ferrocarril de la Generalitat de Sarrià, la próxima apertura tendrá lugar en octubre en la estación de Plaza España. Antes de acabar el año Tento abrirá su local más grande en Rambla Catalunya, que contará con una superficie de 200 metros cuadrados. Algunos de sus locales disponen de un espacio de degustación, mientras que otros sólo cuentan con una zona de exposición y microondas. De media se tardan dos años y medio en recuperar la inversión en un local.

vicios a supermercados. Además de esta línea de negocio, el grupo Angel Bosch también fabrica latas de arroz bajo la marca *Querida Carmen*, que exporta a 15 países, entre ellos Japón, que ha supuesto un im-

pulso para la empresa. El grupo, que cuenta con una plantilla de 120 trabajadores, facturó 17 millones de euros en 2012. De esta cifra, Tento, actividad que Bosch inició para acceder al consumidor final, alcanzó

un volumen de negocio de 700.000 euros. Para este año la facturación prevista es de tres millones. De cara al 2016, Tento espera adentrarse en el sur de Francia, donde ya están empezado a trabajar para abrir locales en Montpellier y Toulouse, aunque tal y como reconoce Bosch, “allí nos encontramos con más dificultades para encontrar un buen local porque no hay tanta crisis”.

Todos los establecimientos Tento son propios y Bosch descarta franquiciar el negocio. “Hemos empezado a hacer colaboraciones comerciales en dos locales con inversores que quieren montar un establecimiento, donde el colaborador se encarga de la parte comercial” precisa Bosch, quien considera que ahora toca apostar por el *low cost*.



ARGUMENTOS QUE EMPUJAN HACIA LA SEPARACIÓN

Llegó la expresidenta de la Comunidad de Madrid, **Esperanza Aguirre**, a Barcelona y *bordó* un análisis de la realidad que asola Cataluña. “Hay que catalanizar España”, afirmó parafraseando a **Miguel de Unamuno**. Según explicó se trataría de que en el resto del país se estudie y se considere como propia la lengua y la historia catalana, y que al mismo tiempo Cataluña “recupere su espíritu abierto, emprendedor y con ganas de liderar España”. Esa es su fórmula para desactivar el independentismo y paliar los “desencuentros sentimentales” que se han ido acumulando los últimos años entre Cataluña y el resto del Estado.

¡Madre mía, que débil es la memoria! Aguirre es la misma persona que hizo todo lo posible desde los diferentes cargos que ha ocupado para impedir la opa que Gas Natural lanzó sobre Endesa o que la hipotética fusión entre la Caixa y Caja Madrid prosperase. Incluso en un desliz afirmó que Endesa no podía llevar fuera de España su domicilio social (y ahora está en Italia). Sin embargo, todos nos equivocamos y corregir es de sabios, por lo que el nuevo análisis de Aguirre creo que es absolutamente correcto.

El problema es que lo de Endesa no es un recuerdo pasado y el Gobierno sigue cayendo en la tentación de desconfiar de todo lo que provenga de Cataluña. Un caso que están utilizando los independentistas es el de una empresa coreana que aterrizó en Barcelona atraída porque la ciudad había sido elegida capital mundial del móvil para los próximos cinco años. Cuando los coreanos se entrevistaron con los representantes del Gobierno central, al parecer, les dijeron que lo que debían hacer era instalarse en Madrid. Los coreanos regresaron a Barcelona y les dijeron a los representantes de la capitalidad del móvil que su Gobierno no les apoyaba.

Sin lealtad y sin creer que Barcelona es tan España como Madrid es imposible reconducir una situación que en Cataluña ha generado y sigue generando agravios comparativos. Como dice Aguirre, Cataluña debe liderar de nuevo España, pero para eso necesita confianza e infraestructuras para hacerlo.

Agrofruit irá al concurso, pero sigue activa

Es la exportadora de cítricos más importante de Tierras del Ebro

E. B. TARRAGONA.

La empresa exportadora de cítricos más importante de las Tierras del Ebro, Agrofruit, presentará de forma inminente concurso de acreedores en el juzgado mercantil de

Tarragona, aunque podrá hacer frente a la campaña que arranca hoy lunes. Los socios que vendían la cosecha (unos 1.700) a esta empresa empezarán a cobrar en los próximos meses parte de la campaña anterior y podrán iniciar el lunes mismo la campaña de este año cobrando parte del género.

La compañía ha tomado esta decisión después de recibir el informe contable que ha realizado el economista externo Francisco Su-

granyes. “El informe de Sugranyes detectó una serie de irregularidades contables importantes. Las facturas estaban mal contabilizadas, había una mala praxis, defectos de contabilización en las subvenciones... Todo indicaba que se trataba de una actuación deliberada para dotar de una apariencia de solvencia a la compañía”, señala el abogado de Agrofruit, Javier Faura. Ante esta situación, el consejo de administración decidió el pasado mes de

julio cesar a Xavier Guarnier como gerente de Agrofruit.

El informe también habla de un agujero económico en la exportadora del “triple del capital social de la compañía”, de modo que se superarían de largo los 10 millones de euros de deuda ya constatados. Pese a ello, los 1.700 socios podrán cobrar “entre un 25 y un 30 por ciento” de la campaña del año pasado entre diciembre de este año y enero de 2014.

Cataluña



NUEVAS TECNOLOGÍAS

Yup!Charge carga los móviles en los espacios públicos

La empresa catalana fabrica cargadores con múltiples conectores para centros comerciales y cafeterías

Verónica Sosa BARCELONA.

¿Quién no se ha quedado alguna vez sin batería en el móvil en el momento que más lo necesita? Para solucionar este problema en los espacios públicos, la empresa catalana Yup!Charge fabrica y distribuye cargadores con múltiples conectores para que los ciudadanos puedan cargar sus dispositivos en centros comerciales o gimnasios, entre otras ubicaciones.

“Cubrimos el 99 por ciento de los móviles de última generación” precisa el fundador del proyecto, Branco Calleja. Hasta la fecha, la compañía ha instalado 400 cargadores en lugares transitados como hoteles. Se trata de equipos con 10 o 18 salidas para cargar móviles, tabletas u otros dispositivos electrónicos que disponen de una pantalla digital que sirve como soporte publicitario ya que “además de satisfacer una demanda ciudadana, también queremos que nuestros clientes obtengan un rendimiento económico por su instalación”.

Nuevos cargadores

La recarga en estos puntos es un 20 por ciento más rápida que una convencional, pero aun así los ciudadanos tienen que esperar en el lugar hasta que el proceso finalice (para un iPhone se necesitan 40 minutos) o alcance el nivel deseado de carga. En estos momentos, la empresa está desarrollando un nuevo modelo de cargador con taquilla para que los ciudadanos puedan realizar otras actividades mientras se carga el dispositivo. “Este proyecto, dirigido especialmente al sector de la restauración y los gimnasios, verá la luz en 2014” avanza Branco, fundador de la empresa. El objeti-



Branco Calleja, fundador de Yup!Charge, junto a uno de sus equipos. EE

La empresa trabaja para incorporar la tecnología inalámbrica en sus cargadores públicos

vo de la compañía (con equipos instalados en Barcelona, Madrid, Valencia, Alicante, Mallorca y en 14 países) es que los ciudadanos pue-

dan encontrar un punto de carga cerca de donde estén. Para conseguirlo, Yup!Charge ha empezado a comercializar equipos más reducidos con cuatro salidas para ubicarlos en cafeterías. También lanzará una aplicación móvil para que los ciudadanos puedan localizar el punto de recarga más cercano.

La empresa, con sede en Montcada i Reixac (Barcelona), espera acabar el próximo año con 2.000 equipos y para este año prevé facturar 250.000 euros.

XTOL 'recicla' licenciados en paro para trabajar en las TIC

La empresa americana ofrece 38 cursos 'online' en un sector con fuerte demanda

Verónica Sosa BARCELONA.

La empresa norteamericana XTOL, especializada en el desarrollo de cursos universitarios y de postgrado, ha escogido Barcelona para iniciar su crecimiento europeo. El objetivo de la empresa, impulsada por el científico Roger Schank, es enseñar de forma práctica a cualquier licenciado en paro para que en seis meses se convierta en un profesional empleable en el sector de las nuevas tecnologías.

Para ello inicia su actividad en España con una oferta de 38 programas, entre masters y postgrados, del ámbito de las TIC que permiten el reciclaje de jóvenes con carreras sin salida profesional. Según el impulsor de esta iniciativa, en el sistema educativo español se le da mucha importancia a la teoría y es un error porque “aprendemos mediante la práctica”. Bajo esta premisa, los programas que impartirá XTOL, en colaboración con La Salle, se basan en la metodología *Story Centered Curriculum* (SCC), que consiste en enseñar a través de casos prácticos que simulan la vida real.

Sin exámenes ni clases magistrales sino desarrollando proyectos reales, como el diseño de una página web para una empresa. Así describe el director de XTOL Europa, Sebastián Barajas, el funcionamiento de estos cursos, que se impartirán a través de Internet bajo la supervisión de unos tutores. Para iniciar los programas -que tienen una duración de entre seis meses y un año- se requiere un mínimo de cinco alumnos.

Con un coste aproximado de 6.000 euros la empresa espera formar 50 licenciados este año, cifra que espera incrementar hasta los 5.000 en un período de tres años. “Con más de un millón de titulados universitarios sin trabajo, ofrecemos una alternativa a los programas educativos actuales en un sector con demanda a través de cursos de programación web, aplicaciones para móviles o *ecommerce*”, precisa Barajas.

Inversión en España

Esta metodología práctica desarrollada por Schank hace diez años en Estados Unidos se ha implantado en la Universidad Carnegie Mellon de Pittsburg y en el campus Carnegie-Mellon West de California. Para su implementación en España, XTOL ha invertido medio millón de euros, que se suman a los ocho millones de dólares que ha supuesto el desarrollo de los programas en Estados Unidos. Según Schank, tener un objetivo, reflexionar sobre los errores y no te-

5.000

ALUMNOS

Son los que espera formar en España en los próximos tres años la empresa XTOL.

ner miedo a equivocarse son los requisitos para un buen aprendizaje, que no se consigue memorizando un temario para aprobar un examen. XTOL también ofrece programas para profesionales del sector TIC que quieran especializarse en ámbitos como la seguridad web, entre otros.

Tal y como ha avanzado Barajas, la titulación que ofrece XTOL está homologada por La Salle y ya han iniciado los trámites para conseguir la homologación oficial.

Tradeinn lanza la versión móvil de sus tiendas 'online'

Las ventas en el primer semestre han alcanzado los 11 millones de euros

E. B. BARCELONA.

El grupo de venta de material deportivo Tradeinn lanza sus nuevas web *mobile*. El objetivo es dar un nuevo impulso a su estrategia de venta a través de dispositivos mó-

viles, que en la actualidad es uno de los canales de venta *online* de mayor crecimiento en el sector del *ecommerce*.

Tradeinn ha creado una página web móvil de cada una de sus diez tiendas *online*. Este nuevo servicio permitirá a los usuarios de móviles iPhone y Android mejorar su experiencia de compra desde sus *smartphones* en las tiendas del grupo. Próximamente, la empresa también lanzará una aplicación móvil

que permitirá a los usuarios acceder de manera sencilla a todas sus web *mobile*. Con esta nueva estrategia de *mobile commerce*, Tradeinn tiene como principal objetivo mantenerse como una de las empresas españolas de *ecommerce* que más vende en mercados internacionales, y uno de los principales grupos de venta *online* de material deportivo del mundo.

El grupo ha cerrado el primer semestre del año con unas ventas de

11 millones de euros, lo que supone un incremento del 50 por ciento respecto al mismo periodo de 2012. Prevé cerrar 2013 con unas ventas superiores a los 24 millones de euros, un 33 por ciento más que en el ejercicio anterior.

Grupo internacional

En la actualidad, el grupo liderado por el emprendedor David Martín vende las referencias de sus diez tiendas *online* en 220 países, suma

más de 400.000 clientes en todo el mundo y gestiona más de 1.000 pedidos al día. Tradeinn es distribuidor oficial de más de 500 marcas deportivas y su catálogo de artículos a la venta supera las 100.000 referencias.

La empresa tiene su origen en la tienda *online* de submarinismo Scubastore, fundada en 1998. También dispone de una tienda física en Celrà (Gerona), con un almacén de 3.000 metros cuadrados.

Andalucía



Icinec abrirá en EEUU y lanza otra ronda de financiación por un millón

La tecnológica reforzará el área de ventas con la primera inyección de La Caixa

Carlos Pizá SEVILLA.

Icinec ha comenzado a despertar el apetito de los inversores. Tras lograr 655.000 euros del fondo *Caixa Capital Risk* de La Caixa en agosto pasado, la pyme tecnológica sevillana negocia actualmente una segunda ronda de financiación de entre uno y dos millones de euros más. Icinec ha desarrollado un sistema, *Radarc*, que automatiza la producción de *software* con el que crear aplicaciones para Windows Phone 8. En principio, sólo para este sistema operativo pero la estrategia es abarcar a futuro otros dispositivos más allá del teléfono móvil.

Lucas Gozávez, uno de los cofundadores de la empresa junto a Jonathan Cáceres en 2006, explica que los fondos recibidos de la entidad catalana se destinarán a reforzar el departamento de marketing y ventas. La empresa tiene actualmente 25 personas en plantilla.

El pasado año, Icinec ingresó medio millón de euros, cifra que prevé doblar este ejercicio, para volver a doblarla en 2014, hasta los dos millones. "Microsoft va a crecer con sus sistemas operativos para dispositivos móviles más que la competencia, ya lo está haciendo. Parte de una cuota más pequeña y hay mucho recorrido", explica Gozávez.

Accionariado

Al mismo tiempo, la empresa ubicada en la incubadora Marie Curie del parque tecnológico Cartuja de Sevilla ha desarrollado otras aplicaciones de gestión de la información para Indra, Endesa, Grupo Plana, Red Eléctrica o Zeltia.

En esta segunda ronda de financiación que se negocia actualmente, el joven directivo ha detectado interés de fondos especializados, españoles y extranjeros, que prevé que le apoyen en una mayor inter-



Lucas Gozávez, cofundador de Icinec, en las oficinas del parque tecnológico Cartuja de Sevilla. FERNANDO RUSO

655.000
EUROS

Es el volumen de la inyección de fondos acometida por *Caixa Capital Risk* en Icinec en agosto, con la que entra en el capital.

2
MILLONES DE EUROS

Es la cantidad de dinero que busca ahora la firma entre fondos especializados para saltar a EEUU y profesionalizarse más.

1
MILLÓN DE EUROS

La facturación estimada de Icinec para este ejercicio, el doble que el anterior. La perspectiva es volver a duplicarla para 2014.

25
PERSONAS

Es la plantilla de la empresa creada en 2006, compuesta por jóvenes tecnólogos. No prevé un aumento relevante del personal.

nacionalización de la empresa. El objetivo es abrir oficina junto al cuartel general de Microsoft en Redmond, en el área de la ciudad de Seattle. Los dos socios, que ahora comparten ya el capital de Icinec con La Caixa, tienen la voluntad de encontrar un socio que comparta la visión de negocio cuando se cierre esta segunda ampliación de capital, previsiblemente en el primer trimestre del próximo año. "Dependerá de que quien nos apoye comparta la visión estratégica".

Y esta no es otra que la voluntad real de democratizar la producción de *software*. Primero, poniendo el producto *Radarc* a disposición de los desarrolladores de software de manera gratuita, como ocurre ahora. Y, en último término, haciéndolo accesible al usuario final también.



Andanomiks

Carlos Pizá

Delegado en Andalucía

MSO NO QUIERE PRESIDIR LA JUNTA

Manuel Sánchez Ortega, consejero delegado de Abengoa, ofreció una muy relevante conferencia ante empresarios el pasado jueves en Sevilla. Poco después, en el Parlamento andaluz, el nuevo consejero de Economía, José Sánchez Maldonado, desglosaba las líneas estratégicas de su departamento para lo que resta de legislatura -dos años y medio-, si es que se agota. Las comparaciones son odiosas, pero inevitables y muy necesarias.

MSO, como se le conoce dentro de la empresa, lanzó un par de bombazos dialécticos que removieron en sus sillas al respetable público. No dijo nada que no piense cualquiera que tenga dos dedos de frente, la cuestión es que se atrevió a decirlo. "Andalucía necesita quitarse la pegajosa manta de conformismo que nos envuelve". "Necesitamos jóvenes que quieran cambiarlo todo, mejorarlo todo y cuyo único límite sea el que no lo intenten". Junto a él, el inefable presidente de la patronal CEA, Santiago Herrero, quizá pensó cómo es que él jamás ha dicho eso en años y años de excelentemente remunerado mandato. Muchos otros empresarios en la sala también lo pensaron.

Preguntado sobre qué haría él si fuera presidente de la Junta, MSO capoteó la cuestión asegurando que no se siente preparado para ello. Pero que apostaría por la innovación, sin duda. Una lástima -o no- que gente como él no quiera entrar en política.

Sánchez Maldonado, que ocupa el cargo que originalmente la presidenta Susana Díaz ofreció a Jordi Sevilla -que casualmente, o no, también el jueves intervino en Sevilla en la Universidad Loyola que apadrina justamente Abengoa-, a mi juicio decepcionó. Propuso múltiples estrategias en el horizonte 2020: de Desarrollo Regional, de Progreso Económico y Social, de Minería (¡menos mal!), pidió al Estado un Plan de Empleo, anunció una ley de emprendedores autonómica y prometió poner en marcha el ICO andaluz en breve. Está bien planificar -MSO también lo pidió- pero sin autocritica sobre lo rematadamente mal que lo ha hecho la Junta hasta ahora, quizá repitamos los mismos errores otros seis años más.

Reconocimiento al presidente de la CTA

Joaquín Moya logra el premio nacional a la Trayectoria Innovadora

C. Pizá SEVILLA.

Joaquín Moya-Angeler, presidente de Corporación Tecnológica de Andalucía (CTA) y empresario del sector tecnológico en España, México y otros países, ha recibido del Prín-

cipe de Asturias, el Premio Nacional a la Trayectoria Innovadora. En la ceremonia celebrada el pasado lunes en Valencia también fueron galardonados el Grupo Royo, con el Premio Nacional de Innovación en la categoría de Internacionalización; la empresa Lékué, con el Premio Nacional de Diseño en la categoría de Empresas; y el diseñador Nacho Laverna, Premio Nacional de Diseño en la categoría de profesionales.

El premio reconoce la trayectoria de Moya-Angeler por su aportación al desarrollo de la innovación en todas sus vertientes, así como su papel pionero en fomentar el acercamiento y la transferencia de conocimiento entre los sectores público y privado y la versatilidad de su carrera, durante la que ha alternado la presidencia de importantes empresas punteras con su participación en el lanzamiento y desarrollo de más de 15 compañías

tecnológicas en España.

Además, el reconocimiento a Moya-Angeler destaca su relevante actuación, como cofundador de Cotec en 1990, para dar valor a la contribución de la innovación empresarial al desarrollo de la economía española, y también su carácter comprometido, como muestra su participación en diferentes entidades implicadas en el impulso de la innovación y la cooperación Universidad-Empresa.

Andalucía



TD Sistemas busca duplicar ventas llevando su tecnología a América

La firma especializada en gestión de instalaciones deportivas entra en Seguridad

José María Camacho MÁLAGA.

TD Sistemas, empresa tecnológica especializada en desarrollo de sistemas para la mejora de la gestión de instalaciones deportivas, prevé duplicar su facturación en 2016 y mira a América Latina para sortear la crisis. Su director general, Enrique de Hoyos, quien ostenta además la vicepresidencia de la Asociación de Jóvenes Empresarios de Málaga, explica que su compañía opera desde 2012 en Colombia, Perú y Chile y estudia implantarse con partners en otros países americanos como Argentina, Panamá y México.

La compañía, que ha diversificado su negocio en el sector de la seguridad, facturó en 2011 alrededor de 540.000 euros y en 2012 unos 600.000 euros, un 10 por ciento más que el año anterior. Para 2013, prevé alcanzar los 700.000 euros y duplicar su facturación en los próximos tres años hasta 1.400.000 euros gracias a sus ventas procedente del mercado exterior, nuevas líneas de negocios y acuerdos con la Universidad en el campo de la I+D.

De Hoyos asegura que trabaja con los países latinoamericanos que tienen "más seguridad jurídica, mayor crecimiento económico y ofrecen más facilidades para el comercio". Sobre el problema de financiación en las empresas, afirma que no ha tenido ni tiene problemas con el crédito, lo que le ha supuesto salir al exterior y sacar adelante sus proyectos. No obstante, destacó la necesidad de poner en marcha nuevos mecanismos encaminados a paliar la falta de créditos para las pymes. "Nuestra empresa es innovadora en la gestión del deporte y tiene las ideas muy claras", subrayó De Hoyos, quien añadió que "en nuestros diez años de experiencia



Enrique de Hoyos, director general de TD Sistemas. ÁLEX ZEA

Nuevos sistemas de gestión con la Universidad de Málaga

TD Sistemas prepara una nueva línea de productos en colaboración con la Universidad de Málaga a través de varios proyectos de I+D+i. Saldrán al mercado a finales de 2014 y la compañía prevé distribuirlos en Latinoamérica inmediatamente. En Medellín, Lima y Santiago de Chile ya están presentes sus *software* y *hardware* y su objetivo es seguir creciendo para generar valor a sus clientes en Europa y América. De Hoyos asegura que las empresas malagueñas exportadoras son las que se están salvando de la crisis.

hemos generado tecnología propia en sistemas de información que integramos con elementos de identificación y control de accesos. Esto nos permite ofrecer soluciones muy especializadas que hacen mejorar la eficiencia y la rentabilidad de las empresas en distintos mercados".

"Nuestra filosofía de empresa nos hace estar muy cerca de nuestros clientes y nos permite desarrollar productos y servicios que mejoren su trabajo", indica.

Juegos Olímpicos

La empresa viene sorteando la crisis ajustando su plantilla -actualmente tiene diez trabajadores- y los gastos fijos. El peor año fue 2009 debido al impago de facturas por parte de la Administración, con la que mantenía un 50 por ciento de sus contratos. En estos momentos, este porcentaje ha variado y tiene más clientes privados que públicos.

Sobre los Juegos Olímpicos Madrid 2020, el empresario señala que ha sido un "error" el mensaje de austeridad lanzado por nuestras autoridades en tiempos de desaceleración y crisis económica y el planteamiento de unos juegos olímpicos *low-cost*. "Estaba muy ilusionado con estos juegos, pero se han vendido mal. Madrid 2020 no ha conseguido elaborar una estrategia de marketing que conectara con los miembros del COI, acostumbrados a otros números", indicó.

En cuanto al sector del deporte, dijo que representa el 3 por ciento del PIB. "El segmento que más está creciendo es el de servicios deportivos, en el cual estamos ubicados. En Andalucía, donde el 38 por ciento de la población practica deporte, hay más de 14.000 instalaciones deportivas, 61 federaciones y más de 18.000 clubes deportivos, lo que refleja el interés de los ciudadanos andaluces por el deporte", indicó.



Desde el bulvar

José María Camacho

Corresponsal en Málaga

BENÍTEZ, NUEVO PULMÓN DE MÁLAGA

Tras décadas de reclamaciones, Málaga recupera el campamento Benítez gracias a la cesión acordada entre el Ayuntamiento de la ciudad y el Gobierno central. Desde la pasada semana, las 28 hectáreas de este privilegiado espacio verde se convertirán en un Parque Metropolitano y pasarán a ser de titularidad y patrimonio de los malagueños.

El Consistorio, gobernado por el popular **Francisco de la Torre**, cuenta en su presupuesto de este año con una partida de en torno a un millón de euros que va a destinar a cuatro actuaciones concretas: una red de saneamiento, abastecimiento, drenaje y pozo; alumbrado y electricidad; un lago central y un sistema de riego. Con esta primera inversión que suma más de 960.000 euros, el parque quedará preparado para cualquier tipo de actuación en superficie.

Además, el Ayuntamiento trabaja ya para incorporar en el presupuesto de 2014 una nueva dotación económica para poder ejecutar las actuaciones que permitan abrir este espacio a la ciudadanía en torno al segundo semestre de 2014. Con este plan de actuaciones el parque podría quedar perfectamente consolidado.

La idea general para el futuro es dotar al área metropolitana de Málaga de forma gradual de un Parque del Mediterráneo en el que tengan cabida ecosistemas representativos de hábitat de macro bioclima mediterráneo del mundo. Esta configuración permitirá la reproducción de estos ecosistemas y representarán un valor añadido que, con aspectos didácticos, será un complemento del patrimonio botánico de la ciudad.

Como contrapartida, el Ayuntamiento se hará cargo del mantenimiento de 34,9 kilómetros de tramos urbanos de carreteras del Estado.

La cesión del campamento ha sido recibida con sabor agri dulce por la oposición. IU afirma que el alcalde ha vuelto a poner los intereses del partido por delante de los de Málaga, mientras el PSOE se lamenta de que el recinto no albergue un Museo del Transporte. Veremos qué opinan los ciudadanos. Faltan dos años para las elecciones.

Tikal atrae a Telefónica e IBM a Málaga

El foro tecnológico España-Latinoamérica nacerá el 2 de octubre

J. M. Camacho MÁLAGA.

La capital malagueña sigue apostando fuerte por la innovación, la tecnología y el medio ambiente. Los días 2 y 3 de octubre se celebrará en el Palacio de Ferias y Congresos

el primer foro profesional de la Tecnología, Innovación y Conocimiento de América Latina, organizado por la Escuela de Organización Industrial (EOI) y el Ayuntamiento de Málaga. El evento, cofinanciado por Fondos Feder, cuenta en su primera edición con la colaboración de Ametic, patronal tecnológica española y de empresas de proyección internacional como Clarke Modet & Cº, IBM y Telefónica.

El objetivo del Foro es constituir

una red de colaboración e intercambio entre representantes municipales de ciudades iberoamericanas y pymes para propiciar la convergencia del tejido empresarial español especializado en el mercado internacional.

La organización del encuentro cuenta con la experiencia y asesoramiento de compañías internacionales punteras relacionadas con los diferentes ámbitos de actuación en la gestión inteligente, así como la

patronal española Ametic. Junto a ello, el evento está promovido también por las asociaciones que conforman la Alianza Inercia: Aedive, Afbel, Anfalum, Ademi, Elige y Serco, y que agrupa a las organizaciones sectoriales involucradas en el desarrollo sostenible y la eficiencia y optimización de los recursos energéticos, además de generar oportunidades de negocio en el campo de las ciudades inteligentes - *smart cities* -.

Castilla León



Cecilio Redondo Andrés, presidente de Feyce, y su hijo César Redondo, director general de la compañía. EE

Feyce sigue creciendo y busca hueco en el 'top ten' europeo de la miel

La compañía salmantina cuenta con la mayor planta envasadora de España

R. Daniel VALLADOLID.

La crisis no ha amargado a Feyce. La compañía agroalimentaria salmantina ha logrado en 2012 comercializar 6.500 toneladas de miel, alcanzando, tres años antes, los objetivos marcados para 2015. El futuro se presenta también muy dulce ya que la empresa que dirige César Redondo aspira a alcanzar las 10.000 toneladas en 2020.

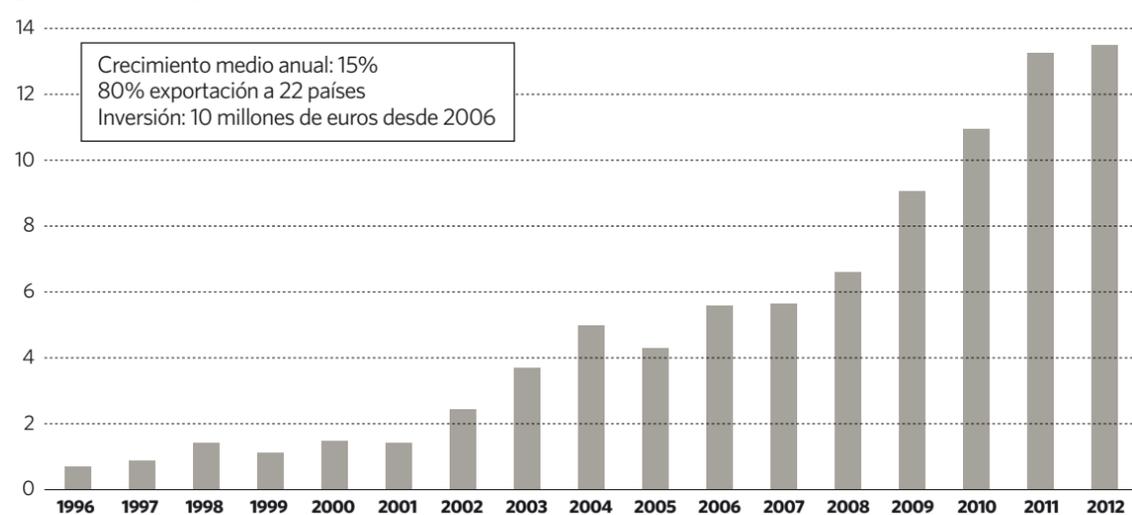
Con un crecimiento medio de su volumen de negocio de un 15 por ciento anual durante los últimos años, la empresa salmantina facturó el pasado ejercicio 13,2 millones de euros hasta convertirse en la primera empresa española comercializadora de miel y situarse entre las 25 más importantes de Europa. Ahora, el objetivo es subirse en 2020 al top ten en el Viejo Continente.

Gran parte del éxito de la compañía ha sido la apuesta por el mercado exterior, estrategia que comenzó con la incorporación de César Redondo, tercera generación de esta saga empresarial. En la actualidad, exportan un 80 por ciento de su producción a 20 países de Europa, Norte de África y Oriente Medio aunque el reto es alcanzar el 99 por ciento en siete años y lograr presencia en 35 países de los cinco continentes.

La internacionalización ha obligado a la empresa a acometer diversas ampliaciones para incrementar su oferta comercial. La primera, la ampliación de la cadena de producción, fue una en 1996 para hacer frente a su aventura europea. Nueve años más tarde le tocó el tur-

Evolución de la facturación desde 1996

En millones de euros



Fuente: Feyce.

elEconomista

En la actualidad, la empresa exporta el 80 por ciento de su producción a un total de 20 países

no a la cadena de envasado. Sin embargo, el imparable crecimiento de las ventas en el exterior obligaron a comenzar a perfilar un año después su apuesta más ambiciosa. Se trataba de aumentar la capacidad de almacenamiento de materias primas, producto terminado y material destinado al envase y embalaje, mejorar tecnológicamente la capacidad de producción, racionalizar

la distribución de las distintas dependencias para optimizar la logística, y mejorar el equipamiento de la planta, consiguiendo un mayor rendimiento y grado de automatización, además de la seguridad alimentaria e industrial y el respeto al medio ambiente.

Fue el germen de lo que ahora es la mayor planta de procesamiento y envasado de España y una de las más avanzadas tecnológicamente de Europa, con capacidad para 72 toneladas diarias. La planta, ya en pleno funcionamiento, ocupa 7.650 metros cuadrados en una parcela de 76.000 y ha requerido una inversión de 8,2 millones de euros, de los que 1,1 han sido subvenciones de la Junta de Castilla y León.

La planta, que cuenta con el pro-

ceso más avanzado tecnológicamente para el tratamiento de la miel en frío, tiene capacidad para trabajar grandes volúmenes con 5 líneas de envasado modulares.

Feyce comercializa su miel con las marcas *Las Abejas* y *Bonapi Miel* aunque se ha especializado en marca blanca, con más de 500 referencias en todo el mundo. Entre sus clientes, además de los supermercados, se encuentra la industria turronera, la bollería industrial, las empresas farmacéuticas o las de elaboración de conservas y mermeladas.

Su compromiso con la calidad total les lleva a una continua apuesta por la investigación en colaboración con la Universidad de Salamanca y los centros tecnológicos.



En el punto de mira

Rafael Daniel

Delegado en Castilla y León

LA ÚLTIMA OPORTUNIDAD PARA LA MINERÍA

El Ministerio de Industria, la patronal minera y los sindicatos han rubricado el nuevo plan que garantiza la supervivencia del sector del carbón hasta 2018.

Nuestro mineral, más caro que el de importación, ha estado durante décadas subvencionado para evitar la pérdida de un sector muy importante desde el punto de vista económico y social en distintas zonas de León y Palencia. La ingente cantidad de dinero público destinado a las cuencas mineras -entre subvenciones directas a las empresas, incentivos a la quema y ayudas para la reestructuración- han conseguido que más de 5.000 personas en nuestro país hayan podido seguir teniendo un empleo pero la realidad es que no se ha conseguido lo realmente importante: hacer competitivo al sector.

Ahora, cuando Europa se ha puesto firme y se ha negado a que se mantenga un "status quo" artificial y carísimo, disponemos ya de una única oportunidad, la última, para lograr una minería competitiva o encontrar la alternativa para sustituirla.

Las cuantiosas inversiones para generar yacimientos de riqueza y empleo en unas comarcas que han ido languideciendo paulatinamente no han respondido a las expectativas. Era lógico si tenemos en cuenta que a cargo del Plan del Carbón se han subvencionado proyectos sin sentido, cuando no auténticos ejemplos del despilfarro como los que han caracterizado a nuestro país en los últimos tiempos.

Eso no puede volver a repetirse porque ni los ciudadanos lo consentirán ni respondería a las justas demandas de las cuencas mineras en busca de futuro. Pero ya no vale la manga ancha que los partidos políticos, temerosos siempre de los costes electorales, han tenido hasta ahora con los mineros, ni con unos empresarios del sector que han sabido utilizar a la perfección una sensibilidad social fácilmente manipulable por la demagogia.

Las nuevas reglas que ha puesto sobre la mesa la crisis económica no permiten que sigan habiendo castas intocables y protegidas. Es el último tren para la minería y no podemos perderlo de nuevo.

Castilla León



RADIOGRAFÍA DEL SECTOR VITIVINÍCOLA

La exportación salva a los vinos de calidad de la crisis

Entre 2007 y 2012, las bodegas de las 12 denominaciones de origen han aumentado sus ventas totales un 25%

R. Daniel VALLADOLID.

Los vinos con denominación de origen han encontrado en la exportación la *medicina* para paliar la caída del consumo interno. La bajada de un 20 por ciento en el canal Horeca (restauración) no ha impedido que las ventas de las 588 bodegas con marchamo de calidad de la Comunidad se hayan incrementado un 25,6 por ciento desde el año 2007.

Y es que un 68 por ciento de estas bodegas venden ya en los mercados exteriores, hasta el punto de que la exportación de caldos ha crecido un 18,5 por ciento en 2012 y se ha multiplicado por cuatro desde el inicio de la crisis.

Sin embargo, la radiografía del sector vitivinícola incluida en el informe *Análisis del sector vitivinícola en las DO de Castilla y León*, realizado por Cajamar, refleja muy distintas realidades para las 12 zonas de la región que cuentan con denominación de origen (Arlanza, Arribes, Bierzo, Cigales, Ribera del Duero, Rueda, Sierra de Salamanca, Tierra de León, Tierra de Zamora, Toro, Valles de Benavente y Valtiendas).

Rueda, el gran motor

Así, Rueda ha sido el gran motor que ha tirado de las ventas totales, con un crecimiento del 73 por ciento en estos años hasta alcanzar el pasado ejercicio los 63,37 millones de botellas vendidas. Pese al acelerón, Ribera del Duero mantiene el liderato en cuanto a volumen de ventas, con 77,6 millones de botellas. El mayor incremento ha sido el de los Arribes del Duero, con un 94,7 por ciento (si bien apenas comercializan 370.000 botellas). La otra cara de la moneda, la representa Toro, una de las denominaciones con más solera, que desciende cuatro puntos hasta los 10,20 millones de botellas, al igual que ocurre con Cigales (-1,4), Bierzo (-6,9) o Arlanza (-7 por ciento).

Tanto a la hora de crecer como de evitar una mayor caída, la clave ha estado en la exportación, según el informe coordinado por Beatriz Urbano. Todas las denominaciones están presentes en el exterior, con volúmenes destacables en El Bierzo (25 por ciento de la producción), Cigales (26), Ribera del Duero (25) o Tierras del Vino de Zamora (40).

El incremento de las ventas en el exterior ha supuesto un importante aumento del peso que tienen los vinos de calidad en las exportacio-



Suiza, Alemania y EE.UU., principales destinos del vino de la región. N. MARTÍN

Más viñedo pero menos viticultores

Uno de los aspectos que más llama la atención del estudio es el contraste entre el incremento de la superficie dedicada a viñedos y la reducción de los viticultores. Así, frente a los 17.696 agricultores que había en 2007 se ha pasado a los 15.683 de 2012. Mientras, la superficie de cultivo se ha incrementado desde las 46.459 hectáreas en las 12 denominaciones a las 48.521 del pasado ejercicio. En este último caso, Rueda ha vuelto a ser el motor del crecimiento, al sumar 3,815 hectáreas.

nes. Así han pasado del 36,2 por ciento del valor aportado en 2007 al 85,2 de 2012. Los vinos de Castilla y León tienen tres mercados fundamentales: Suiza, Alemania y EEUU, que copan el 46 por ciento del volumen total de las exportaciones. China continúa subiendo en la cartera de clientes de las bodegas castellano y leonesas. El pasado año se vendió en el gigante asiático el 5,1 por ciento de las exportaciones frente al 4 por ciento de 2011. Este país se consolida así como el sexto mercado detrás de México y Países Bajos. El incremento de las exportaciones ha ido acompañado de un descenso de los precios. De los 6 euros que tuvieron de media en 2008 se ha pasado a 4 en 2010 y 4,25 el pasado año.

@ Más información en www.economista.es

Onyx Solar completa el mayor lucernario fotovoltaico del mundo

Genera electricidad limpia equivalente a la iluminación de más de 600 casas al año

eE VALLADOLID.

La empresa Onyx Solar, a través de su filial americana, ha completado la ejecución del proyecto de integración fotovoltaica más grande del mundo, un doble lucernario fotovoltaico de 2.500 metros cuadrados para la nueva sede de la multinacional Novartis en Nueva Jersey, Estados Unidos.

El lucernario permitirá a la firma generar electricidad limpia y gratuita gracias al sol equivalente a la iluminación de más de 600 casas al año, además de dotar al edificio de tecnología puntera que contribuirá a convertirlo en un referente internacional por su innovación, eficiencia y sostenibilidad.

El lucernario se compone de 820 unidades de vidrio fotovoltaico de grandes dimensiones e incorpora células fotovoltaicas cristalinas perforadas que añadieron una complejidad técnica adicional a la hora de fabricar los mó-

dulos –dada su mayor fragilidad–, a la vez que permiten un paso de luz natural más homogéneo que favorece las condiciones lumínicas del interior del habitáculo –aspecto fundamental tratándose de un edificio de oficinas–.

La ejecución del proyecto de integración fotovoltaica fue especialmente exigente dada la complejidad del sistema de lucerna-

La compañía que dirige Álvaro Beltrán es todo un referente en innovación



rios, que requerían ser practicable (apertura y cierre) por cuestiones de mantenimiento.

En este sentido, el contratista general, Turner Construction, confió la totalidad del proyecto a la empresa española bajo un contrato de llave en mano, alcanzando los mayores estándares de calidad.

Onyx Solar está concebida como una empresa global y el 60 por ciento de su facturación proviene del exterior.

Incosa 'hace el agosto' en Hispanoamérica con nuevas adjudicaciones

R. D. VALLADOLID.

Minc Group, perteneciente a Grupo Incosa, continúa su expansión y consolidación en el mercado internacional de la ingeniería con nuevas adjudicaciones en distintos países de Hispanoamérica durante este verano.

El Ministerio de la Vivienda, Construcción y Saneamiento de Perú ha adjudicado al grupo que preside el leonés José Vega la consultoría de un proyecto de saneamiento y suministro de agua potable por valor de 9,6 millones de euros.

También en Perú, el Organismo Semipúblico Electroperú ha adjudicado a Incosa, en consorcio con una empresa local, la *Supervisión de obras de estabilización seleccionadas para el derrumbe 5*, por valor de 856.898 euros.

En Colombia, Inc Group SAS ha resultado adjudicatario, en consorcio con una empresa co-

lombiana, de la *Interventoría técnica, financiera, contable, ambiental y jurídica del contrato de obra cuyo objeto es la construcción de la primera etapa de las obras faltantes del tramo 5ª comprendido entre el sector del mercado de Bazurto hasta la subida de La Popa*, por un valor de 707.375 euros.

De nuevo en Perú, Incoa ha sido adjudicatario de los trabajos de *Laboratorio de control de calidad en obra y ensayos externos para la obra Modernización of the multi-purpose north terminal del muelle del Callao (Perú)*, por un valor de 553.184 dólares.

Finalmente, el Área de Tecnología de Incosa, contratada por el empresa Cobra, ha realizado trabajos de topografía, geotécnica y asesoría para las obras de cimentación de 16 aerogeneradores y una subestación en el parque eólico de Kiyu, en Uruguay, por un importe total de 100.657 dólares.

País Vasco



EL MUNDO NO ESTÁ EN CRISIS

Una pyme de 25 trabajadores se puede internacionalizar

Ugarte recomienda no dejar de producir los productos de 'primer precio', sino mandar que se hagan fuera

Carmen Larrakoetxea BILBAO.

“Una pyme a partir de 20 ó 25 trabajadores puede internacionalizarse”, entendiéndose por tal implantarse productivamente en el exterior, “pero tiene que tener ayuda” para hacerlo con éxito. Pero esa ayuda no tiene por qué ser entendida sólo como respaldo público, sino también como una actitud proactiva de las empresas para buscar alianzas o para llegar a acuerdos con otras compañías españolas que ya estén implantadas fuera.

Esta fue una de las principales conclusiones que desgranó Josu Ugarte, presidente de Mondragon Internacional, en su conferencia en Deusto Business Alumni, con motivo de la presentación de su libro *España está en crisis. El mundo no*, en el que trata de hacer su aportación para que las empresas, todas, incluidas las pymes, sean conscientes de que pueden salir adelante aprovechando las ventajas de la globalización.

Ugarte recalca que en España “la demanda interna no se recuperará” y que lo que denominamos crisis “va a durar muchos, muchos años”. “No podemos esperar a que las cosas cambien, tenemos que hacer algo”, y ese algo pasa por producir en el exterior, preferentemente para conservar nuestro propio mercado y para poder entrar en las zonas del mundo donde más se va a consumir.

Contrariamente a lo que se suele creer, su experiencia le ha demostrado que “es más fácil conseguir resultados en los países emergentes que en los maduros”. Además afirma que una implantación productiva en el exterior exitosa acaba generando más actividad, empleo y exportaciones en la propia casa matriz.

Ugarte es consciente de que implantarse productivamente en el exterior es muy difícil para una pyme, no sólo por coste, sino por las cuestiones administrativas del país de destino, de ahí que recomiende no ir solo. Para empresas que no tengan dimensión propone dos alternativas, tratar de implantarse en polígonos industriales de empresas españolas en la zona (véase los polígonos como los que tiene Mondragon en China o India) o llegar a un acuerdo con una empresa española ya instalada en otro país para alquilarle una parte de su pabellón.

Según sus cálculos, una iniciativa productiva en otro país empie-



Josu Ugarte, Presidente de Mondragon Internacional. DEUSTO BUSINESS ALUMNI

Hacen falta personas multiculturales

Ugarte ha desarrollado la mayor parte de su carrera profesional en el exterior, en Asia, Europa o África. Para hacer frente a la globalización afirma que las empresas necesitan personas “multiculturales”, dispuestas a viajar, a comprender y respetar las otras culturas y sobre todo tener “humildad” para aprender a conocerlas. Sabe que sus hijos se irán a trabajar al extranjero (como hizo él) y piensa que “eso es bueno” y también que “no sólo en Euskadi se come muy bien”.

za a generar recursos positivos al tercer año de funcionamiento.

La guerra por la industria

El presidente de Mondragon Internacional considera que el mundo vive una especie de “guerra”, una guerra silente para atraer la producción industrial (asociada a la industria va el desarrollo tecnológico, la generación de actividad, riqueza y empleo), en la que Asia es-

tá haciendo que cambie el centro económico del mundo, que ya no es lo que llamamos Occidente.

Insiste en que Asia, o más concretamente China, no está dispuesta a perpetuarse como el país de productos de bajo coste, al contrario su avance tecnológico ya es imparable. Poco a poco las marcas chinas se convertirán en las marcas líderes en Europa.

Para muestra recordó el caso de Corea y como hace años, cuando Samsung empezó a hacer electrodomésticos en Europa se pensaba que eran muy malos. Ahora ya es la primera multinacional mundial y sus productos son percibidos por el mercado como de alta tecnología. Lo mismo ha pasado con los coches japoneses.

A partir de aquí, Ugarte hizo otra propuesta a las pymes: que no abandonen los “productos de primer precio”, los de poco valor añadido. Recomienda que se mantengan, pero que su producción se traslade a países de bajos costes. Sino, serán las empresas de los países en desarrollo las que los produzcan, se meterán en la cadena de proveedores de nuestros clientes y, poco a poco, lograrán tener más tecnología y captando pedidos de más valor.

@ Más información en www.economista.es

Ner Group crecerá un 17% este año gracias a las exportaciones

Prevé elevar su volumen de negocio hasta los 326 millones de euros

C. L. BILBAO.

La asociación empresarial Ner Group (Nuevo Estilo de Relaciones), impulsada por Koldo Saratxaga, está en fase de crecimiento como lo demuestran sus resultados de 2012 y las previsiones que tiene para el conjunto de 2013. Para este año prevé colocar su volumen total de facturación en los 326 millones, lo que supone un 17 por ciento más que en el año 2012, ejercicio en el que a su vez creció un 26 por ciento.

Esta previsión de crecimiento se trasladará a la rentabilidad, ya que estiman que cerrarán el año con un resultado de 36 millones, con un alza del 163 por ciento.

La base de este crecimiento se debe principalmente a los mercados exteriores, ya que el 71 por ciento de su producción se exporta a más de 60 países.

Para apuntalar esta internacionalización, las empresas que componen Ner Group están desarrollando una estrategia que implica el aprovechamiento de las sinergias internacionales entre las diferentes compañías: comparten contactos y estrategias, organizan misiones comerciales conjuntas, etc.

Esta colaboración es más significativa si se tiene en cuenta que Ner es una asociación de empresas independientes, no un grupo integrado. Para hacerse una idea de la disparidad de compañías que la integran baste con indicar que están firmas como la cooperativa Ampo (líder en válvulas industriales y fundición), Goiko TTT (componentes para automoción, aeronáutica, ferrocarriles y má-

quina herramienta), la ingeniería Ingemat (automatización y robótica), Panelfisa (tornillería), Kondia (centros de mecanizado) o Lancor (motores eléctricos para ascensores).

Lo que comparten las empresas de Ner, en donde hay organizaciones que van desde firmas con siete personas, hasta otras con 450 trabajadores, es el estilo de relaciones inspirado por el gestor Koldo Saratxaga, que según su precursor permite un cambio organizacional diferente que propicia que la productividad crezca un 50 por ciento por persona, lo que después multiplica por diez los resultados.

Esta asociación insiste en que pone en el centro de su atención a las personas y eso ha llevado a

1.350

PERSONAS

Ner está compuesto actualmente por 21 organizaciones que dan empleo a unas 1.350 personas.

que en los tres años en que lleva funcionando, la organización no se ha despedido a ninguna persona en ninguna de las empresas. Cuando una de las organizaciones asociadas pasa por momentos delicados, no se reduce empleo, desde Ner se busca la forma de que el trabajador permanezca. En este contexto en la actualidad hay 66 personas reubicadas en 12 organizaciones diferentes a las suyas.

Además, otra iniciativa de solidaridad interna es respaldar a las familias de los trabajadores que pasen momentos delicados, para lo cual tienen constituido un fondo de 20.000 euros para atender esas necesidades puntuales de las familias.

La empresa vasca Prestige Smoke abrirá 25 tiendas

C. L. BILBAO

La empresa vasca Prestige Smoke, especializada en tiendas de cigarrillos electrónicos, acaba de abrir sus dos primeros establecimientos en las localidades guipuzcoanas de San Sebastián e Irun.

Pero sus planes de expansión apuntan a que antes de que finalice el año en curso se abrirán un total de 25 tiendas por toda Espa-

ña, para seguir con la estrategia de ampliación durante 2014. Las aperturas más próximas serán otro establecimiento en San Sebastián, además de Rentería, Eibar y Alicante.

El producto de esta franquicia son los cigarrillos electrónicos que permiten a los fumadores consumir nicotina, sin los aditivos de los cigarrillos y sin emitir humos que molesten a terceros.

País Vasco



Bilbao tardará al menos un año en abrir los comercios para el turismo

La capital vizcaína y Barcelona incumplen la liberalización de horarios

Carmen Larrakoetxea BILBAO.

La Secretaría de Estado de Comercio denunció la pasada semana que Bilbao, junto con Barcelona, son las únicas ciudades que incumplen la liberalización total de horarios comerciales de las zonas turísticas contemplada en el Decreto de Medidas Liberalizadoras del Comercio aprobado por el Gobierno de Rajoy, en julio de 2012.

En el caso de Bilbao esta situación se mantendrá así al menos durante un año dado que el Gobierno vasco aduce que ha de tramitar la modificación de la ley comercial autonómica y este trámite se encuentra en fase muy preliminar.

Fuentes del Ejecutivo han indicado a *elEconomista* que aún están en la fase de elaboración del informe de memoria económica, previo a la articulación de la reforma legal, que después habrá de someterse a alegaciones y después a su trámite parlamentario, con su períodos de debates y enmiendas.

El Ejecutivo vasco es uno de los que ha recurrido ante el Tribunal Constitucional el Decreto de liberalización comercial de 2012, por invasión competencial, por lo que no es probable que tramite la presente reforma de la ley vasca por el procedimiento de urgencia.

La posición del Ejecutivo viene respaldada por el rechazo de las asociaciones de comerciantes que se oponen a la flexibilización de horarios -especialmente a la apertura en festivos- porque consideran que sólo favorece a las grandes superficies; y también por la negativa de los sindicatos que estiman que sólo servirá para empeorar aún más las condiciones laborales.

La regulación vasca da libertad de horarios total a los comercios de menos de 150 metros cuadrados, mientras que para los mayores establece un límite de ocho festivos anuales y 72 horas de apertura semanales. Al margen de algunos establecimientos de alimentación de carácter familiar, el comercio vasco no abre ningún domingo o festivo, incluyendo en esta práctica tanto a pequeños comerciantes como a grandes superficies -éstas en su día al ser amenazadas por ETA si abrían en festivos-.

Azkuna y el comercio

Desde el Ayuntamiento de Bilbao la postura es mucho más abierta a modificar los horarios comerciales para captar más negocio del turismo que visita la ciudad.

El año pasado visitaron la capital vizcaína 734.215 personas y se con-



Plaza Moyua, en el barrio de Abando, uno de los más comerciales de Bilbao. TXETXU BERRUEZO

Debate sobre horarios comerciales

Rechazan modificar horarios comerciales

	PORCENTAJE
Apertura en festivos	70,3
Flexibilización de horarios	60,0
Disposición a realizar compras en festivos	60,0

Colectivos a favor de que se abra en festivos

	PORCENTAJE
Parejas jóvenes sin hijos	50,1
Solteros	24,5
Familias con hijos menores de 10 años	26,6
Familias con hijos de entre 10-20 años	30,9
Familias con hijos mayores de 20 años	30,7
Se desplazan a otras CCAA para comprar en festivos	14,18

Fuente: Gobierno Vasco. Encuesta Ikusmer a familias sobre horarios comerciales 2012. *elEconomista*

tabilizaron 1,4 millones de pernoctaciones en los hoteles, con un impacto económico generado en la ciudad de más de 211 millones de euros, según los datos de la oficina Bilbao Turismo.

El alcalde de Bilbao, Iñaki Azkuna, ha criticado en muchas ocasiones que los fines de semana o en periodos vacaciones como Semana Santa todo el comercio de la ciudad e incluso la hostelería tenga el cartel de *cerrado*, lo que deja a los turistas desasistidos y, al mismo tiempo, supone que su capacidad de gas-

to no se queda en la ciudad.

Además en varias ocasiones ha advertido al pequeño comercio tradicional bilbaíno que si no se moderniza, incluyendo en ese término la cuestión horaria, perderá terreno frente a otros modelos comerciales que ya se están introduciendo en el sector, como los comercios regentados por personas procedentes de otros países.

En febrero de 2012, por primera vez el Ayuntamiento de Bilbao aprobó la fijación de los ocho festivos del año en que puedan abrir los co-

mercios, según la legislación vasca. Posteriormente, el propio alcalde salió en defensa de los primeros comercios textiles que hace un año abrieron por primera vez un domingo, bajo la presión de piquetes.

Tras la aprobación del Decreto de liberalización de horarios en las zonas turísticas el Ayuntamiento de Bilbao delimitó las zonas de aplicación que corresponden principalmente a los barrios de Casco Viejo, Abando e Indautxu, informe que remitió al Gobierno vasco. Fuentes del Consistorio han indicado a *elEconomista* que el Ayuntamiento ha tramitado su parte del expediente no sólo por imperativo legal, sino porque está muy interesado en aprovechar las oportunidades económicas que puedan reportar el turismo.

No hay demanda

El último estudio de hábitos de consumo de las familias realizado por el Gobierno vasco en 2012, muestra que el 70,3 por ciento de las familias vascas rechaza la apertura en festivos y un 60 por ciento también la flexibilización de los horarios. Pero entre el colectivo más joven la tendencia está cambiando y demandan más aperturas.

Más información en www.economista.es



El galimatías

Carmen Larrakoetxea

Delegada en el País Vasco

EL LOBO DEL 'TAX LEASE' SE HA QUEDADO EN CACHORRO

Mas que sorpresa ha causado la cuantificación que ha hecho Hacienda sobre el volumen de devoluciones que se deben hacer sobre las polémicas ayudas a la construcción naval, del *tax lease*. De la amenaza de 3.000 millones a unos casi escasos 126 millones.

Decir escasos esos 126 millones casi me resulta hasta frívolo, porque en euros los millones suenan mucho menos, pero si los pasamos a las viejas y olvidadas pesetas la cifra se coloca en casi 21.000 millones.

Escasos tampoco resultan esos 126 millones para las compañías que invirtieron, acogiéndose a un esquema teóricamente legal, con lo que ayudaban a engrasar la maquinaria de la construcción naval y a sacar un legítimo beneficio por hacerlo. Ahora esas empresas son penalizadas injustamente.

Desde el Gobierno español anuncia un recurso ante el Tribunal de Justicia de la UE por la injusta decisión de la Comisión de sancionarnos. Lo que no se escucha es ninguna autocritica sobre la mala gestión previa realizada, por no haber seguido los cauces de la UE para articular ayudas (comunicación previa y autorización), ni haber enmendado el error posteriormente con una buena diplomacia europea durante los diez años que estuvo vigente el viejo *tax lease*. Sólo se oye que desde Europa se nos persigue injustamente.

Una consecuencia positiva del *tax lease* que gracias a la enorme movilización emprendida por la patronal naval Pymar la ciudadanía se ha dado cuenta que en España hay astilleros, que es una industria que también puede ser puntera y que de ella dependen miles empleos.

Ahora hace falta que el impulso institucional y político desencadenado en defensa de la industria naval no muera tras el titular de los 126 millones.

Si algo espero que hayamos aprendido de todo este polémico asunto es que hace falta industria, promover el surgimiento de nuevos sectores, sin olvidar conservar los que tenemos, porque no hay sectores maduros o caducos. Lo que debe haber es industria, que es la que genera actividad, riqueza y empleo.

Comunidad Valenciana



El Instituto de Finanzas sextuplica las pérdidas por el deterioro del crédito

Bankia y Sabadell ejecutan una opción de venta de terrenos por 29,6 millones

Javier Alfonso VALENCIA.

El Instituto Valenciano de Finanzas (IVF) multiplicó por seis sus pérdidas en 2012, hasta 48,98 millones de euros, debido al aumento de las dotaciones por los préstamos a empresas privadas y a los deterioros por participaciones, sobre todo la de la Sociedad de Garantía Recíproca (SGR). El IVF aportó a la SGR 14 millones, que provisionó, y su riesgo actual en esta sociedad aún será mayor, ya que en mayo de 2013 le concedió un aval para un préstamo de 150 millones.

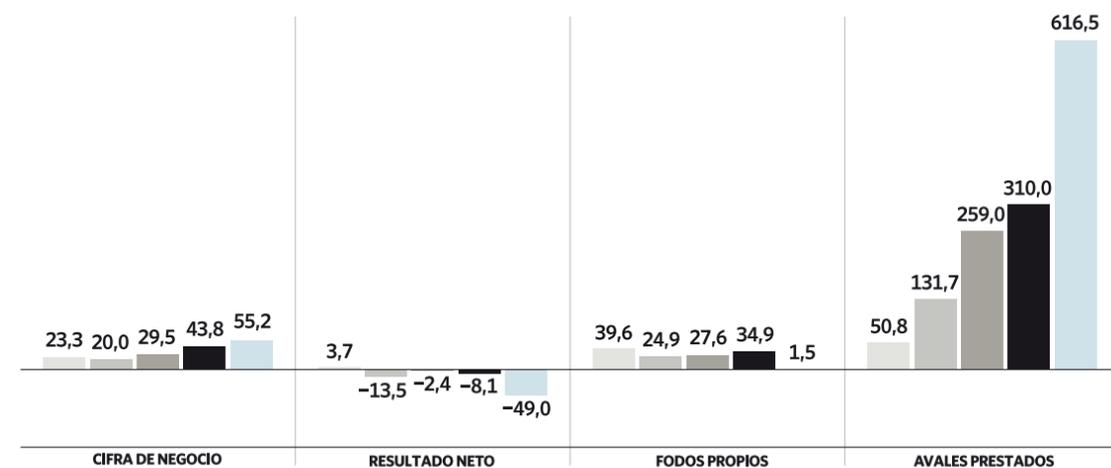
Además de la SGR, otra causa del aumento de las pérdidas fue la provisión por riesgos y gastos de 14,29 millones por una operación financiera y urbanística relacionada con la empresa Kelme que se arrastra desde 2008. El IVF realizó una operación a cuatro bandas con Bancaja y CAM para salvar la empresa de calzado deportivo de la quiebra. Las tres entidades financieras capitalizaron créditos y entraron en la sociedad Desarrollos Urbanísticos Aguamarga, cuyo principal activo con es una finca rústica de 121 hectáreas pendiente de una permuta por suelo urbanizable con el Ayuntamiento de Alicante.

El problema es que el *banco público* concedió sendas opciones de venta a Bancaja y CAM, que Bankia y Sabadell, tras absorber estas entidades, han ejecutado. Así, el IVF, que posee el 20 por ciento de Aguamarga, tiene obligación de comprarles casi un 57 por ciento por 29,6 millones, operación que el Gobierno valenciano tiene congelada desde hace más de un año, ya que la ley exige su autorización al superarse el 50 por ciento. No obstante, el organismo que dirige Enrique Montes ha provisionado los citados 14,29 millones, que es la diferencia entre el precio que pagará y el valor real

Las cuentas del IVF

En millones de euros

■ 2008 ■ 2009 ■ 2010 ■ 2011 ■ 2012



Fuente: Instituto Valenciano de Finanzas.

elEconomista

estimado de los terrenos una vez sean permutados.

Otra causa de las fuertes pérdidas del año pasado son la dotaciones de 31 millones por "deterioro en los préstamos a empresas privadas", casi el triple que el año anterior. Este aumento se debe en buena parte a la ejecución en 2012 de dos avales prestados por el IVF a sendas fundaciones deportivas propietarias del Hércules y el Elche.

La entidad redujo la actividad crediticia al sector privado, con un saldo en préstamos concedidos de 262 millones a 31 de diciembre, un 16 por ciento menos. En total, formalizó con empresas privadas 66 operaciones nuevas por importe total de 9,6 millones, frente a 30 operaciones por 25,6 millones en 2011, lo que indica que los préstamos fueron de mucha menor cuantía. Las operaciones concedidas por el IVF

son mayoritariamente de las líneas IVF Business Angels, IVF Emprendedores e IVF Crecimiento Empresas Innovadoras, dirigidas sobre todo a pymes. Además, aprobó 44 operaciones de reestructuración financiera para facilitar la viabilidad de sus clientes, por una cuantía total de 83,61 millones.

Está casi en quiebra

Los malos resultados del IVF el año pasado dejaron su balance en muy mal estado, casi en situación de quiebra técnica, con solo 1,52 millones de euros de fondos propios sobre un pasivo total de 1.318 millones, y con un fondo de maniobra negativo de 136,4 millones, algo que destaca el auditor de las cuentas. La Generalitat tendrá que inyectar más capital al fondo social de la entidad pública, después de haber aportado 3,38 millones en 2012 y 15 millones en 2011. Además, le transfirió 14,84 millones de subvenciones, de los que 14 fueron para la SGR.

Financia cada vez más al resto de empresas públicas valencianas

El organismo dependiente de la Consejería de Hacienda destaca en su informe de gestión "el creciente protagonismo que ha tenido el IVF en relación con la financiación del sector público de la Comunitat Valenciana", ya que concedió o renovó préstamos o créditos a empresas y fundaciones públicas, instituciones feriales y universidades públicas que suponen un riesgo vivo de 876,3 millones. Además, el riesgo por avales al sector público, a 31 de diciembre de 2012, era de 509 millones, más del triple que un año antes.

Los avales al fútbol profesional pasan factura

J. A. VALENCIA.

Entre las herencias envenenadas que gestiona el IVF se encuentran los cinco avales que prestó en 2009 y 2010 a cuatro fundaciones para que se convirtieran, vía ampliación de capital, en propietarias de los clubes de fútbol Valencia, Hércules, Elche y Levante. En total, 118,6 millones de euros en avales a fundaciones que tenían muy difícil devolver los préstamos, ya que no tie-

nen actividad económica. Los avales ya han costado al IVF 28,3 millones, contabilizados en 2012 como pérdidas, tras la ejecución por parte de Sabadell de sendos avales más sus intereses, concedidos por la CAM a las fundaciones del Hércules -18 millones- y Elche -9 millones-, que no devolvieron.

El IVF no ha ejecutado aún las garantías que tenía, en el caso del Hércules porque la sociedad que debía pagar se declaró en concur-

so de acreedores y en el del Elche porque se convertiría en el principal accionista del club, con el 40 por ciento. La fundación del Elche tiene otro préstamo avalado, de 5 millones, otorgado por Banco de Valencia -ahora CaixaBank-, que no ha dado problemas.

En cuanto a los clubes valencianos, la fundación del Levante está al corriente de pago en el préstamo de 5,6 millones de Caixa Penedès -ahora Sabadell-, aunque en diciem-

bre debe hacer frente a la amortización de 1,4 millones. El caso del Valencia CF se ha complicado debido a una sentencia que declaró nulo el aval de 81 millones. La fundación no pagó en agosto 3,6 millones en intereses y Bankia, que ha recurrido la sentencia, ha aceptado no ir contra la Generalitat y la fundación hasta que se clarifique si el aval es válido. En ese caso, podría ejecutarlo, aunque prefiere refinar el préstamo con un nuevo aval.



Naranjazos

Javier Alfonso

Delegado en la C. Valenciana

ACERTADA GESTIÓN EN EL AEROPUERTO DE CASTELLÓN

El aeropuerto de Castellón es desde hace dos años y medio el símbolo de la España de los aeropuertos sin aviones, las terminales portuarias sin barcos, las autopistas radiales sin coches, los polígonos industriales sin industrias, los centros culturales sin contenido, las desaladoras sin sal y las regasificadoras sin gas. Es el símbolo de la mala gestión y del despilfarro, la diana de todas las chanzas, por culpa de la berlanguana inauguración protagonizada por **Francisco Camps** y **Carlos Fabra** con la bendición del obispo de Segorbe-Castellón. El resto de ejemplos provocan sorpresa, hastío o indignación, pero nadie se ríe, por ejemplo, del nuevo Aeropuerto Internacional de Murcia, del que **Valcárcel** acaba de echar a la concesionaria por no rematar las obras, como ocurrió en Castellón.

Lo cierto es que el pleito que la Generalitat ha ganado a la exconcesionaria en Castellón demuestra que el Gobierno de **Alberto Fabra** ha gestionado bien el enésimo marrón heredado de Camps. Al contrario que en Valmor Sports, aquí la Generalitat se plantó el primer día ante la filial de Globalvía, evitó asumir los compromisos gravosos firmados por Camps y Carlos Fabra y acabó por romper el contrato, todo ello sin dar lugar a una condena por daños y perjuicios. Aunque tardó, la Generalitat le quitó al "abuelito" su juguete y trabajó en la única dirección posible, reducir gastos, acabar las obras -lo inauguraron sin estar acabadas-, obtener los permisos y tratar de venderlo o arrendarlo.

La infraestructura no solo ha costado a la Generalitat los 121 millones más 22 de IVA que ha sentenciado el juez, ya que la sociedad pública Aerocas acumula casi 100 millones de deuda por otros gastos, muchos de ellos superfluos, como las campañas de publicidad cuando el aeropuerto estaba en obras. Sus pérdidas acumuladas suman 41 millones. Dice la Generalitat que lo de los 121 euros estaba previsto, que no es un gasto sobrevenido. A medias, porque el **conseller Moragues** metió en el FLA una parte, pero a Aerocas se le olvidó dotar los 44 millones del préstamo incobrable a la concesionaria, que son más pérdidas que tapar.

Aragón



La bodega Solar de Urbezo conquista América y Asia con sus vinos

Apuesta por la producción de vino ecológico para atender a este mercado

Eva Sereno ZARAGOZA.

La bodega Solar de Urbezo apuesta por los mercados internacionales para introducir sus vinos. A su presencia en países como Alemania, Bélgica y Holanda dentro de Europa, se suman las ventas en China, Estados Unidos, Colombia y Brasil. Y no es todo. Porque la bodega, de la denominación de origen Cariñena, está trabajando en la introducción de sus vinos en otros países como Vietnam, Rusia y México, "mercados que intentamos potenciar", explica Santiago Gracia, director y propietario de la bodega Solar de Urbezo.

"Rusia es un mercado diferente, pero es interesante para nuestros vinos de segmento medio-alto y puede abordar nuestros precios", señala Gracia, quien añade que ya está prevista la comercialización en este país en este mes de septiembre. Además de Rusia, México es también atractivo para la venta de los vinos de la bodega. Un mercado en el que ya se han realizado algunas incursiones y que ahora se quiere potenciar.

También trabajará el mercado de Corea del Sur, en el que estará presente a través de degustaciones en ferias del sector y en Colombia "en el que hemos entrado en Bogotá y queremos ir a Medellín y saltar a la Costa del Pacífico para llegar a ciudades como Santa Bárbara, Cartagena de Indias o Barranquilla". La estrategia de internacionalización también contempla Brasil, "donde tenemos el objetivo de avanzar, ir a Sao Paulo y algún otro Estado".

Brasil, junto con Rusia, Estados Unidos y China, son mercados en los que Solar de Urbezo va a incidir especialmente, ya que "allí es importante el consumo de vino, que sigue aumentando y hay posibilidades de introducir la marca y aumen-



Santiago Gracia, director y propietario de la bodega Solar de Urbezo. EE

Produce 600.000 litros de vino y factura un millón de euros

La bodega Solar de Urbezo en Cariñena tiene 100 hectáreas de viñedo, en las que cultiva uva garnacha y otras variedades. Con ellas elabora sus vinos bajo las marcas *Urbezo* -el buque insignia- e *Ysiegas*, marca más orientada a los mercados exteriores. Solar de Urbezo nació en 1995, fecha en la que Santiago Gracia decidió continuar con la tradición familiar tomando como nombre para la bodega el del pintor Antonio Urbezo. Produce 600.000 litros de vino, emplea a doce personas y su facturación es de un millón de euros.

tar nuestra presencia". Unos mercados internacionales con los que la empresa tratará de aumentar las ventas exteriores, que ya suponen el 85 por ciento del total. "En España se vende poco, pero la idea es

continuar con nuestra presencia porque no se concebiría no vender en España, aunque sean pocas cantidades".

Además de los mercados internacionales, otra de las apuestas de

la bodega es la elaboración de vinos ecológicos.

Vinos ecológicos

"El año pasado empezó el cultivo ecológico con la variedad de uva *Chardonnay* y con el tiempo toda la explotación será ecológica. Ahora ya tenemos las dos terceras partes de las hectáreas de viñedo en cultivo ecológico y estamos trabajando para llegar al tercio que queda y en hacer un vino nuevo, de nueva expresión" afirma Gracia.

La previsión es que el primer vino con la etiqueta de ecológico "se pueda lanzar en 2015, aunque en la bodega ya estamos utilizando todos los productos ecológicos para ir dando ese paso" avanza el propietario de la bodega.

Aragón pone en marcha el Plan Impulso dotado con 150 millones

Se basa en 35 medidas para crear empleo y activar la economía

E. Sereno ZARAGOZA.

Aragón ha puesto en marcha el Plan Impulso, dentro del que se recogen un total de 35 medidas dirigidas a activar la economía, crear empleo y a políticas sociales. El plan, en el que el Gobierno de Aragón viene trabajando desde el mes de mayo, está dotado con 150 millones de euros. Una cantidad para la que el Departamento de Hacienda y Administración Pública del Gobierno de Aragón acaba de cerrar una emisión de deuda pública por valor de 171 millones de euros a cinco años a un tipo fijo del cuatro por ciento, con la que se

3.000

EMPLEOS

Es lo que prevé generar el Plan Impulso con las medidas que contempla llevar a cabo.

cubrirá la dotación económica para su desarrollo.

Incentivar la actividad

Algunas medidas del Plan Impulso -con el que se prevé que se generen hasta 3.000 empleos de al menos un año de duración- ya se han convocado. Entre ellas, por ejemplo, figuran la línea de incentivos directos a la contratación de jóvenes desempleados menores de 30 años y parados de larga duración mayores de 45 años.

Otras medidas son las subvenciones para emprendedores que creen microempresas o se establezcan como autónomos, la línea de apoyo a la financiación de las empresas, entre otras.

Oliver Energy permite un ahorro en la factura energética

Ha diseñado un sistema de gestión integral para hogares y empresas

E. Sereno ZARAGOZA.

En España hay 80 millones de toneladas de biomasa disponibles al año, pero sólo se aprovechan siete millones para bioenergía. Con el objetivo de aumentar este uso y dar

soluciones alternativas al consumo de, por ejemplo, el gasóleo, nace la empresa Oliver Energy, con sede en Zaragoza. La compañía ofrece un servicio de gestión integral para la eficiencia y ahorros energéticos tanto para hogares, empresas y grandes edificios, que se basa en la biomasa, según explica Agustín Oliver, gerente de Oliver Energy.

"Con la crisis se ha notado que en los últimos inviernos las personas pedían menos litros de gasoil y

que tenían problemas por la subida del petróleo, por lo que nos decidimos a emprender y a apostar por la biomasa" para solucionar estas dificultades.

La empresa también espera cumplir con los objetivos europeos de incrementar un 20 por ciento el uso de energías renovables y reducir en un 20 por ciento la emisión de gases de efecto invernadero y el consumo de energías primarias. Tras dos años de estudio y de hacer un

seguimiento de las instalaciones para solucionar los inconvenientes que las energías renovables plantean para los usuarios, Oliver Energy ha diseñado un sistema de gestión integral.

Inicio en Zaragoza

Este sistema se diferencia del resto de soluciones basadas en la biomasa porque "no vendemos ni pellets ni quemadores, es un paquete energético" en el que se incluye el

mantenimiento y el seguimiento de la instalación, en la que puede emplearse cualquier tipo de biomasa.

Con este sistema se consigue un ahorro en la factura energética de entre el 15 y el 20 por ciento en grandes edificios, cifra que se eleva hasta el 60 por ciento en el caso de particulares y en relación con el gasoil. La empresa ya ha realizado varias instalaciones en Zaragoza y su objetivo es crecer inicialmente por la provincia de Zaragoza.



AJUSTAR PRECIOS A LA BAJA

La Administración vende suelo industrial más barato

Ofrece un 20 por ciento de descuento en 1.000 parcelas empresariales valoradas en 2,8 millones de euros

Ruth Lodeiro SANTIAGO DE COMPOSTELA.

La Administración autonómica quiere impulsar la venta de suelo industrial. Para ello ofrece descuentos de hasta el 20 por ciento en las 947 parcelas de las que dispone en medio centenar de parques empresariales ubicados por toda la comunidad. En total suman una superficie valorada en 2,8 millones de euros. Esta es una de las medidas que prevé el Instituto Galego de Vivenda e Solo (IGVS) para fomentar la localización empresarial.

Esta oferta ha sido presentada a representantes de empresarios como muestra del esfuerzo que está llevando a cabo el Ejecutivo autonómico para ajustar precios a la baja y conseguir, de esta manera, romper una tendencia de caída de venta de suelo industrial en los últimos tiempos. Las medidas para incentivar la venta de suelo empresarial albergan varios ámbitos, como el administrativo, el económico y el de negocio. Dentro del primero, se incluye la puesta en marcha del registro de demandantes de suelo y la modificación del decreto de 2007 de régimen jurídico del suelo y las edificaciones promovidas por el IGVS.

Ajustar precios

La intención del organismo es que este cambio esté listo en el primer semestre de 2014 con el objetivo de flexibilizar las condiciones de venta del suelo propiedad del instituto ante una legislación que se estima que se ha quedado obsoleta.

En el apartado económico, se establecen estos descuentos de hasta el 20 por ciento del precio por pago al contado y en función del volumen de compras. Incluso en al-



El responsable de Territorio (en el centro) explica la medida a empresarios. EE

Para que en Galicia no se deje de desarrollar ningún proyecto viable por falta de suelo

gunas parcelas las rebajas pueden llegar hasta el 50 por ciento.

En cuanto a nuevos sistemas de negocio, están el pago aplazado hasta cinco años con la entrega inicial

del 30 por ciento del importe de venta, el derecho de superficie hasta 30 años prorrogable y el alquiler con opción a compra.

Con este paquete de incentivos, la finalidad de la Administración es que en la comunidad no deje de desarrollarse ningún proyecto viable por falta de suelo. Por otra parte, también está previsto aprobar este año el plan sectorial de ordenación de áreas empresariales de Galicia, para evitar que se produzcan asentamientos comerciales sin los debidos servicios.

Global Bobe abrirá una filial en Brasil, tras entrar en China y Chile

La inversión total de esta operación exterior asciende a poco más de 600.000 euros

R.Lodeiro SANTIAGO DE COMPOSTELA.

La firma Global Bobe continuará su proceso de internacionalización con el establecimiento de una filial en la ciudad brasileña de Salvador de Bahía. Esta operación será posible gracias a la financiación aportada por la Compañía Española de Financiación del Desarrollo (Cofides), que destinará algo más de 300.000 euros para facilitar esta incursión.

El proyecto consiste en la implantación comercial del promotor en Brasil para el desarrollo de proyectos de ingeniería de revestimiento de fachadas y ejecución de los mismos. Esta operación en Salvador de Bahía supone su tercera experiencia en el exterior, ya que realizó su primera incursión internacional en 2008 con la apertura de una central de compras en China y en 2011 con el inicio de sus operaciones en Chile.

Fase de crecimiento

El volumen de la operación correrá a cargo de fondos propios de Cofides y del Fondo para Operaciones de Inversión en el Exterior de la Pequeña y Mediana Empresa (Fonpyme). Junto con la aportación que realiza el promotor, la inversión total asciende a 616.340 euros.

El presidente de Cofides, Salvador Marín, subrayó el hecho de que la empresa se encuentre en plena fase de crecimiento y que ya haya obtenido varios contratos, por lo considera que su estrategia de internacionalización está siendo muy acertada. Ésta es la primera ocasión en la que colabora

con Global Bobe y espera volver a apoyar nuevamente su actividad en el exterior así como con otras pymes. Además, ésta es la primera operación que se lleva a cabo con una empresa gallega, tras la firma del convenio de colaboración con el Igape el pasado mes de julio.

Por su parte, el director general del Grupo Inbobe, Ignacio Botas, calificó de fundamental este apoyo para la consolidación de su proyecto de implantación comercial en Brasil, no sólo por lo que representa el apoyo financiero, sino también por lo que supone de aval a su plan de internacionalización.

Global Bobe confía en que sea sólo un paso más en su proyecto de implantación exterior, que prevé la introducción en nuevos países para los años 2014 y 2015, y espera seguir contando con el apoyo económico de Cofides en estos nuevos retos.

Esta firma fue fundada en Vigo en 2007 y es la sociedad *holding*

300.000
EUROS

Son los que destinará Cofides para facilitar la entrada de Global Bobe en Brasil.

del grupo, que trabaja como subcontratista. Su actividad se centra en el desarrollo de proyectos de ingeniería de edificación de obras singulares y en el suministro, fabricación e instalación de muros cortina y fachadas ventiladas.

Por su parte, Cofides es una sociedad público-privada que desde hace 25 años ofrece apoyo financiero a las inversiones de las empresas españolas en el exterior. Gestiona los fondos FIEIX y Fonpyme por cuenta de la Secretaría de Estado de Comercio.

Facilitar el relevo generacional en las pymes familiares

La Xunta modificará la normativa para acceder a las bonificaciones

R.Lodeiro SANTIAGO DE COMPOSTELA.

La Xunta modificará la normativa para acceder a las bonificaciones fiscales en el caso de transmisiones de empresas con el objetivo de facilitar el relevo generacional. Per-

mitirá que el transmisor y adquirente puedan compaginar funciones de dirección de la compañía durante un máximo de un año. La titular de Hacienda, Elena Muñoz Fonteriz, anunció este cambio normativo en un acto organizado por la Asociación Gallega de la Empresa Familiar (AGEF).

Hasta ahora, en el momento en el que se realiza la transmisión de la empresa, para poder beneficiarse de las bonificaciones fiscales, el

adquirente tiene que pasar a desarrollar labores de dirección y el transmisor tiene que dejar esas responsabilidades de manera inmediata. Sin embargo, con esta modificación, que se hará efectiva a través de la Ley de Presupuestos de 2014, ser hará más fácil la transición de la dirección de la empresa familiar.

Uno de los grandes problemas de este colectivo es que sólo una pequeña parte de ellas consiguen man-

tener el carácter familiar por más de una generación. Por ello, uno de sus retos es el relevo generacional.

Deducciones para las empresas

En la comunidad gallega existen distintas deducciones en el Impuesto de Sucesiones y Donaciones, en Actos Jurídicos Documentados, en el IRPF y en el Impuesto sobre Patrimonio. Además, la Xunta prevé llevar a cabo en 2014 otro plan de lucha contra el fraude y que en un

primer plan especial en esta materia afloraron 230 millones de euros de deuda detectada.

Además, se han contabilizado casi 2.000 transmisiones de empresas que se pudieron acoger, en los últimos cinco años, a las reducciones previstas en el Impuesto de Sucesiones y Donaciones, la mayoría aplicando la normativa autonómica, lo que les ha permitido disminuir su carga fiscal en unos 12 millones de euros al año.



Directivo de la Universidad Mokpo National de Corea en Las Palmas con el rector José Regidor. EE

La ULPGC acoge un instituto para difundir cultura coreana

Se trata de la primera universidad española que ha sido autorizada para acoger el Instituto King Sejong

J. L. J. LAS PALMAS.

El Gobierno de Corea del Sur ha concedido a la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC) la apertura del Instituto King Sejong, para la difusión de la lengua y la cultura coreana. Se trata de la primera Universidad española que es autorizada para acoger este instituto, que comenzará su funcionamiento este curso 2013-2014.

Este instituto será una realidad gracias a las intensas gestiones realizadas por el equipo del Vicerrectorado de Internacionalización y Cooperación de la ULPGC. El idioma coreano, denominado hangul, ha sido designado Patrimonio Cultural del Lenguaje por la Unesco. Una delegación de la Universidad Mokpo National de Corea, encabezada por su rector, visitó el pasado mes de julio Las Palmas.

Relaciones internacionales

Estas relaciones han sido promovidas por el cónsul de Corea en las Palmas y por la Korea Foundation, que han facilitado el viaje de la expedición grancanaria a distintas universidades coreanas y han establecido reuniones con empresarios del país. "Nos hemos entrevistado con empresarios importantes de Corea, que comenzaron sus negocios en

Gran Canaria y que nos trasladaron la necesidad de que nuestros estudiantes mejoren y se formen en el idioma coreano", indica Rosario Berriel, responsable de diplomacia pública de la ULPGC. "Además, como crecieron en esta Isla, quieren que sus hijos vengan a la ULPGC a realizar estancias académicas" añade Berriel.

Estancias en la Universidad de Mokpo

Dos estudiantes grancanarios han cursado estancias cortas este verano en la Universidad de Mokpo. Y no sólo ha sido un atractivo para aquellos alumnos que cursan estudios de Traducción e Interpretación en la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, en donde se imparten las enseñanzas de chino y coreano, sino también para alumnos de carreras técnicas. "La Universidad de Mokpo está muy relacionada con los mayores astilleros del mundo", señala Rosario Berriel.

La ULPGC ha priorizado este nuevo crecimiento internacional tras consolidar la presencia de esta universidad en América Latina, Europa y el continente africano. "Tenemos una gran demanda de universidades del continente asiático a las que la ULPGC les resulta muy interesante por tener muchos campos de trabajo en común, como el conocimiento del idioma, los estudios marinos y las ingenierías", explica Berriel.

Por este motivo, la ULPGC espera que, en breve, se firmen tres convenios de colaboración más con la Seoul National University, Hankuk University y Corea Maritime Institute. Con esta última se espera llevar a cabo intercambio de investigadores que desarrollen proyectos marítimos y de logística.

Con la Universidad de Mokpo, la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria ya ha establecido los primeros intercambios. Fruto del convenio firmado entre ambas universidades y con el apoyo del Banco Santander, dos estudiantes grancanarios han cursado dos estancias cortas este verano.

"Hemos comprobado lo atractivo que resulta este continente a nuestros estudiantes, ya que para estas dos plazas recibimos más de 180 peticiones", destaca Berriel.

Los empaquetadores de Plátano de Canarias pasan a la acción

Eliminan la antigüedad en las nóminas de los trabajadores e imponen el SMI

J. L. J. LAS PALMAS.

Los empaquetadores de Plátano de Canarias han pasado a la acción con los nuevos cambios en la normativa laboral. En algunos empaquetados han impuesto el salario mínimo interprofesional de 645,30 euros base para sus trabajadores y han eliminado la antigüedad en la nómina del mes de agosto, de acuerdo con la denuncia formulada por UGT.

Precisamente, la estabilidad laboral y la antigüedad en los puestos de empleo son algunos de los argumentos que el mercado español mueve en Bruselas para consolidar las ayudas a las que tienen acceso este producto.

Ayudas al sector

Estas medidas se están adoptando en un sector que no tiene crisis. Lo que tiene crisis son las empresas constructoras de dueños de grandes plantaciones como ocurre en islas como Tenerife, La Palma o Gran Canaria. El sector está protegido por la Unión Europea. Cada kilo de plátanos tiene una subvención de alrededor de 35 céntimos, con una ficha financiera que garantiza esta subvención hasta 2020. Este producto puede tener hasta un 75 por ciento de las ayudas de Poseican cuando su peso dentro del sector de producción hortofrutícola significa el 35 por ciento.

UGT ha puesto el grito en el cielo y afirma que las medidas adoptadas "son cortoplacistas, insolidarias y caciquiles, que rompen la paz social entre empresarios y trabajadores de forma unilateral. Pueden llevar al sector a una situación

de permanente conflicto, cuestión que no beneficia a nadie y proporciona una imagen al exterior que el sector no merece". La empresa productora Costa Bañaderos ha sido denunciada ya ante las autoridades judiciales por el empleo de matemáticas salariales ajenas al convenio colectivo actual. Concretamente en la empresa Costa Caleta, ya han eliminado la antigüedad en las nóminas de los trabajadores y han impuesto el salario mínimo interprofesional (645,30 euros) como salario base de sus trabajadores, al igual que la empresa Costa Bañaderos.

Así, UGT ha demandado a la patronal Asprocan a que "medie en el conflicto" que les permitan "vivir dignamente". También insta a los empresarios a ser competitivos, en un contexto de respeto mutuo, sin imposiciones y amenazas en caso de no aceptar sus pretensiones.

Desde UGT se entiende que las

35

CÉNTIMOS DE EURO

Hasta el 2020 es la subvención europea que recibe cada kilo de plátano de Canarias.

medidas adoptadas por estos empresarios sólo pretenden conseguir desestabilizar el proceso de negociación colectiva, con el único propósito de imponer la negociación individual de las relaciones empresa trabajador, aprovechando la actual situación de crisis.

El objetivo es conseguir más productividad y beneficios económicos a costa de los salarios de los trabajadores, sin ni siquiera intentarlo con otras medidas, como pueden ser la concentración de la oferta o una mejor y más planificada recogida de la fruta.



Empresarios del empaquetado de plátano de Canarias. EE

Madrid



La primera beneficiaria del 'Madrid Tax Free' ha abierto una peluquería

La nueva medida reembolsa a los emprendedores tres impuestos municipales

Esther Porta MADRID.

Jennifer Castaño trabajaba de empleada en una peluquería. Su pareja no tenía tanta suerte y estaba a punto de agotar los dos años a los que tenía a derecho a cobrar la prestación por desempleo. Antes de que llegara esa fatídica fecha, decidieron que era el momento de emprender. Pero, claro, no sabían absolutamente nada de cómo convertirse en empresarios. Acudieron al Vivero de Empresas de Vicálvaro y allí "me aclararon dudas, me informaron, me asesoraron...". Les llevaron de la mano hasta ver en pie su proyecto. Y, desde la semana pasada, tenemos nueva peluquería en el madrileño barrio de Prosperidad. "Estoy encantada. No sólo trabajo para mí sino que, además, voy a poder crear empleo". Esta historia con final feliz la contó una nerviosa Jennifer Castaño en la presentación del plan *Madrid Tax Free* que se llevó a cabo la pasada semana en otro de los viveros municipales, el de Carabanchel. La primera beneficiaria del nuevo plan tenía motivos para estar nerviosa. Además de periodistas, presidentes de organizaciones, cargos municipales, etc., ocho pares de ojos la observaban más fijamente que los demás: los de Concepción Dancausa, primera teniente de alcalde; Clemente Cebrián, cofundador de la marca El Ganso; Jesús Sainz, secretario general del Círculo de Empresarios, y Ana Botella, la alcaldesa de Madrid.

Retorno de la inversión

Bajo una pantalla con el eslogan del nuevo plan: *En Madrid, si emprendes no pagas impuestos*, abrió fuego Dancausa, quien destacó el trabajo del consistorio para apoyar a los emprendedores porque "se genera empleo y riqueza". Como muestra, un botón: la inversión realizada en los viveros desde 2008 ya ha retornado y gracias a ellos hoy existen en la región unos 1.000 empresarios más. Y, como el movimiento se demuestra andando, la primera teniente de alcalde cedió la palabra a Clemente Cebrián, un caso éxito gestado en la capital con ayuda del Ayuntamiento. Cebrián, cofundador, junto con su hermano, de la marca de ropa, calzado y complementos El Ganso, contó cómo empezaron desde cero en 2004 y hoy ya poseen 65 tiendas dentro y fuera de España que dan empleo a 250 personas. Para Cebrián, emprender es "esfuerzo, ilusión y trabajo" y ve muy necesarias todas las medidas que lo favorezcan ya que "la gente joven se está reinventando, al no ha-



La alcaldesa de Madrid, Ana Botella, con la primera beneficiaria de 'Madrid Tax Free'. AYUNTAMIENTO MADRID

ber trabajo, te lo tienes que crear tu mismo", señaló. También aplaudió la iniciativa *Madrid Tax Free* el secretario general del Círculo de Empresarios, ya que "refuerza el papel de Madrid como un lugar donde invertir y emprender". También señaló cómo la capital de España está progresando en ese aspecto, lo que se refleja en *rankings* internacionales.

Por último, a Ana Botella le tocó dar los datos importantes del nuevo plan de nombre inglés pese a los problemas de la alcaldesa con la lengua de Shakespeare. Para empezar, se pueden beneficiar de esta medida las micropymes y pymes constituidas desde 2011, así como

las alrededor de 3.000 empresas existentes dentro de los mercados municipales y los 46 concesionarios de éstos. "Esta medida se mantendrá hasta 2015 y calculamos que hasta esa fecha existen unos 40.000 beneficiarios potenciales, que se podrán ahorrar unos 1.200 euros en los próximos dos años". Para ello, el consistorio ha preparado más de cuatro millones de euros para reembolsar los impuestos a los emprendedores.

Circulación y basura

Los tributos que volverán al bolsillo de quienes lo soliciten antes del 15 de octubre son el de Vehículos de Tracción Mecánica (Circulación),

la tasa de basuras y de paso de vehículos y los costes derivados de la tramitación de las licencias urbanísticas, sean tasas o precio privado.

En realidad, esta nueva iniciativa es un paso más de los ya dados para "crear un entorno favorable para quien quiera crear empleo". Así, este *Madrid Tax Free* recuerda a la ya habilitada zona franca en el barrio de las Letras para industrias culturales y creativas.

Botella no sólo sigue empeñada en bajar impuestos, sino que no olvida la otra línea de actuación del consistorio para favorecer el emprendimiento: "Había que simplificar los trámites y agilizar la burocracia. Y lo hemos hecho. Nueve de cada diez establecimientos pueden abrirse sin licencia previa".

La alcaldesa señaló también que la política de austeridad y contención de gastos no tiene por qué estar reñida con "las ayudas para quienes quieren crear empleo". Para Botella, la relación es sencilla: a más empresas, más empleo, mayor actividad económica y mayor bienestar para los madrileños.

Bajarán la tasa de basuras, el IBI y el Impuesto de Circulación

elEconomista MADRID.

Quien no quiera pagar nada de la tasa de basuras se tiene que apuntar al *Madrid Tax Free*, pero el resto de madrileños pagará menos que otros años. Algo es algo. La alcaldesa de Madrid, Ana Botella, ha anunciado que la tasa de basuras bajará un 12 por ciento desde enero de 2014, mientras que a mediados de este próximo año se volverán a recuperar los beneficios fiscales que se producían en la transmisión *mortis causa* del Impuesto de Plusvalía en las viviendas habituales.

Para 2015 está prevista una rebaja del 10 por ciento en el Impuesto de Vehículos de Tracción Mecánica y en 2016, un 5 por ciento del Impuesto de Bienes Inmuebles (IBI).

Estas rebajas de impuestos se incluyen en el modificado Plan de Ajuste 2012-2022, aprobado el pasado jueves en Junta de Gobierno. La alcaldesa ha insistido en que su compromiso era el de "reducir los impuestos cuando fuera posible", al ser "partidarios de gravar lo menos posible a los madrileños para resistir mejor la crisis, dinamizar el consumo y crear empleo".

La comunidad sigue liderando la creación de empresas

elEconomista MADRID.

Madrid es la comunidad donde más empresas nacen en lo que llevamos de año y la segunda en agosto. Esta cifra, la más elevada del país, supone un incremento del 9 por ciento respecto al mismo periodo del pasado año, y por encima del 7 por ciento de subida en todo el territorio nacional. En los ocho primeros meses del año se han registrado 13.641 nuevas empresas en Madrid, según el Estudio sobre Demografía Empresarial publicado por *INFORMA D&B*.

Durante el mes de agosto se han creado 1.147 empresas en la comunidad madrileña, un 1 por ciento más que en 2012, frente a un aumento del 4 por ciento para el conjunto del país. Servicios empresariales y comercio son los sectores con más actividad este mes en Madrid, con 192 y 189 constituciones respectivamente. Cataluña y Andalucía siguen a Madrid en número de creaciones hasta agosto.

La liberalización de horarios comerciales, todo un éxito

La alcaldesa quiere crear en Madrid un clima de libertad para emprender. De hecho, comentó cómo la liberalización de horarios comerciales, de la que Madrid fue pionera, ya ha logrado beneficios: entre enero y agosto las ventas a los turistas extranjeros se han incrementado un 29 por ciento respecto al mismo periodo del año anterior a pesar de ver reducida la llegada de visitantes internacionales. Además, el sector minorista madrileño creó 26.700 puestos de trabajo durante el primer año de aplicación de la libertad de horarios.

@ Más información en www.economista.es

Madrid



Cita en Ifema para quienes busquen su primer empleo

Numerosas empresas ofrecerán contratos de trabajo o prácticas

elEconomista MADRID.

Quienes este septiembre no hayan tenido que volver al cole porque éste ya se haya acabado tienen una cita ineludible en Feria de Madrid los próximos miércoles y jueves. Quizá allí pasen al mundo de los mayores y salgan con un contrato debajo del brazo. Se celebra el Foro de Activación del Primer Empleo. La organización de esta iniciativa corre a cargo de la Consejería de Empleo, Turismo y Cultura de la Comunidad de Madrid, a través de la Dirección General de Estrategia y Fomento de Empleo y está cofinanciada al 50 por ciento por el Fondo Social Europeo, a través del Programa Operativo 2007-2013 bajo el lema *La Comunidad de Madrid y El Fondo Social Europeo invierten en tu futuro*. Así, en el pabellón 2 de Ifema se reunirán empresas que ofrecerán puestos de trabajo o prácticas laborales. Además, se realizarán actividades para la mejora en el proceso de búsqueda de empleo. Serán bien recibidos jóvenes y otros demandantes que busquen su primer trabajo.

El objetivo de la iniciativa es que a través de las actividades el demandante optimice sus recursos a la hora de enfrentarse a procesos de selección para: mejorar aspectos personales como la asertividad, la seguridad o la autoestima en las entrevistas, saber mostrarse presentando su información laboral de forma objetiva y útil, buscar empleo en nuevos horizontes y hallar nuevas oportunidades, abrirse a mercados internacionales, utilizar las herramientas que ofrecen las últimas tecnologías de la comunicación, realizar ejemplos reales, preparando y planificando la búsqueda de empleo como la primera forma de trabajar, mejorar las relaciones personales y sociales, además de gestionar la red de contactos y pensar y crear oportunidades de empleo.

En esta primera edición se prevé la asistencia de cerca de 15.000 visitantes presenciales, entre estudiantes de últimos cursos, jóvenes demandantes de empleo y personas inactivas que desean incorporarse al mercado laboral. A través de info@foroprimerempleo.com se puede enviar el CV electrónico que recibirán para su selección todas las empresas presentes en este foro.

SÓLO POR DETRÁS DE LONDRES

Madrid, el segundo destino europeo para ir de compras

La calle Serrano no tiene nada que envidiar a la via Condotti o la avenue Georges V según Globe Shopper City

E. P. MADRID.

Primero fue Ortega y Gasset nuestra Milla de Oro el epicentro de las firmas de lujo. Allí se instalaron Christian Dior, Burberry, Chanel, Dolce & Gabbana, Jimmy Choo, Giorgio Armani, Valentino, Louis Vuitton, Tod's... Y mientras la alta costura se apoderaba de esa calle, las grandes firmas de joyas iban ganando terreno en Serrano. En esta vía está Durán Joyeros, Carlos Jiménez, Prodi, Suárez, Tous Joyas y marcas de alta joyería internacionales, como Cartier, Bulgari, Wempe o Piaget. Y no todo son accesorios: Loewe siempre apostó por Serrano. Y también, Manolo Blahnik. Así que es justo que haya tomado el relevo a la exclusiva Ortega y Gasset como punto de referencia del comercio de lujo. Se ha convertido en nuestra particular Milla de Oro y reclama su puesto entre los destinos de compras de lujo más atractivos de Europa. Y lo ha conseguido: el consejero de Economía y Hacienda, Enrique Ossorio, desveló que la Comunidad de Madrid se sitúa como el segundo destino de compras a nivel europeo, después de Londres, según los datos que recoge el informe *Globe Shopper City Index Europe*. Lo hizo, como no podía ser de otra manera, durante una visita a Las Rozas Village, uno de los principales centros comerciales de la región y con el que la Comunidad mantiene un idilio desde este verano. En julio, la directora de Negocios de Value Retail en España, Elena Foguet, y la jefa del Departamento de Empleo, Turismo y Cultura de la Comunidad de Madrid, Ana Isabel Mariño, firmaron un acuerdo de colaboración para promover el turismo de compras a nivel mundial y atraer tanto turistas internacionales como nacionales.

Disponibilidad horaria

Para Ossorio, el hecho de estar segundos en el ranking "pone de manifiesto que las personas que visitan la región valoran muy especialmente la disponibilidad horaria de los comercios, particularmente en domingos. En este sentido, la Ley de Dinamización de la Actividad Comercial ha permitido la libertad horaria del comercio madrileño y la eliminación de trabas para la apertura de estos negocios. Desde la entrada en vigor de esta Ley, en julio de 2012, se han creado 26.748 nuevos puestos de trabajo en el sector, según los datos de la Encuesta de



La tienda Prada, en la calle Serrano. NACHO MARTÍN

A la conquista del mercado chino

El gobierno regional, en colaboración con los ayuntamientos y el sector, están elaborando una guía divulgativa digital en español, inglés y chino, de los principales ejes comerciales de la capital y de los municipios de la región. Asimismo, junto con la Cámara de Comercio, se quiere poner en marcha una campaña de comunicación focalizada en los ejes comerciales Serrano, Sol y Preciados, orientada al mercado chino, principalmente, y dirigida al comercio de proximidad.

Población Activa (EPA), correspondientes al segundo trimestre de 2013. En Comunidades Autónomas con una política más restrictiva en el sector comercial, como Cataluña, se han destruido 9.544 puestos de trabajo en el mismo período.

El sector comercial genera en torno al 7 por ciento del PIB regional y ocupa a más de 275.000 personas, un 15 por ciento del total nacional. Por el centro comercial Las Rozas Village, en el que trabajan cerca de 1.000 personas, pasaron en 2012 cuatro millones de clientes, un 15 por ciento de ellos procedentes de mercados emergentes, como China, Rusia y Brasil, lo que ha permitido a esta empresa incrementar las ventas *tax free* un 37 por ciento.

@ Más información en www.economista.es

Agenda

LUNES, 23

>>> La mesa redonda *Pablo Neruda: 40 años después*, que se enmarca en el ciclo Premios Nobel Latinoamericanos y se celebra con ocasión de los 40 años de su fallecimiento, contará con la presencia de Sergio Macías, Niall Binns, Antonio Daganzo, y Alejandro San Francisco. Casa de América. Pza. Cibeles, 2. 19:30 horas.

MARTES, 24

>>> La Asociación Española de Centros de Negocios (ACN) presenta el primer estudio de mercado elaborado sobre centros de negocio 2013. Forum Business Center. Capitán Haya, 1. Planta 15. 10:00 horas. El presidente del Real Instituto Elcano, Emilio Lamo de Espinosa, el adjunto al presidente de BBVA, Fernando Gutiérrez Junquera, el escritor Antonio Muñoz Molina y el periodista y autor William Chislett presentan el libro *Spain. What everyone needs to know*. Auditorio BBVA. Pº de la Castellana, 81. 12:30 horas.

MIÉRCOLES, 25

>>> U-tad, Centro Universitario de Tecnología y Arte Digital, y Fundación Telefónica organizan *Digital Business (R)evolution 2013*, un punto de encuentro para todos los profesionales y directivos que quieran afrontar los nuevos retos del mercado digital. Fundación Telefónica Fuencarral, 3. 9:30 horas. El ministro de Industria, José Manuel Soria; la presidenta de Siemens, Rosa García, y el presidente de PwC, Carlos Mas, participan en la presentación del informe *Claves de la competitividad de la industria española*. Torre de Cristal. Pº de la Castellana, 259. 10:15 horas.

JUEVES, 26

>>> La Asociación de Contact Center Española (ACE) expone la evolución y situación actual del sector de los centros de atención al cliente en España. Hotel Único Madrid. Claudio Coello, 67. 9:30 horas.

VIERNES, 27

>>> El profesor Ignacio Pérez Arriaga imparte la conferencia *La utility del futuro como parte de la Cátedra BP de Energía y Sostenibilidad de la Universidad Pontificia Comillas*. Universidad Pontificia Comillas (ICAI-ICA-DE). Alberto Aguilera, 23. 12:00 horas.

Esther Porta MADRID.

A punto de cumplir sus bodas de plata, la marca de calzado Gioseppo inaugura su primera tienda en Madrid, aunque su vocación "es el mundo" en palabras de su CEO, José Miguel Navarro, donde están ampliamente representados. Pese a dirigir un equipo de 110 personas, 19 puntos de venta, entre franquiciados y puntos de venta propios y 3.000 clientes multimarca en más de 50 mercados, le sobra tiempo para ser el *DJ residente* de todas sus tiendas y elaborar en Ibiza la cerveza *premium* Isleña.

¿Cuándo nació Gioseppo?

Mi madre nos cuenta que cómo mi padre era el mejor profesional del mundo y sólo vivía para trabajar, había que sacar provecho de tanto talento y vocación. Así que no cejó hasta que nuestro padre tomó la decisión de poner su propio negocio en 1990. Al principio éramos sólo cuatro personas y la oficina era el salón de casa. Los primeros años fueron duros, pero pronto empezamos a crecer. Encontramos nuestra fórmula: zapatos diseñados por nosotros, inversión importante para la generación de una marca, redes profesionales de venta y precios muy competitivos con cuidado de la calidad.

¿Cuándo iniciaron la internacionalización?

Gioseppo nace con vocación internacional. Nuestras primeras ferias y exposiciones fueron en Milán y Garda, punto de encuentro de clientes internacionales. Nuestra vocación es el mundo. En este ejercicio la mitad de la facturación proviene del exterior.

¿Cómo han tardado tanto en instalarse en Madrid?

Llevamos más de 20 años en Madrid de la mano de nuestros clientes, pero ahora hemos dado un paso más, dándonos a conocer

"Nuestra primera oficina era el salón de casa"



M. LORENZO

José Miguel Navarro

La marca de calzado Gioseppo, que opera en 50 mercados, abre tienda en Madrid

Personal: nació en Elche

en 1965. Está casado y tiene tres hijos. Además de su labor de CEO de Gioseppo, elabora la cerveza 'Isleña' en Ibiza.

Aficiones: pasar el tiempo libre en su casa de la Isla de Tabarca (Alicante), los deportes náuticos (esquí acuático, buceo, navegación), la música (se encarga de la que suena en todas sus tiendas) y seguir al Elche CF.

con todo el esplendor que ofrece una tienda monomarca.

¿Y cómo llevan la crisis?

El 2012 fue un año complicado por la reducción de crédito en el mercado nacional y nuestra facturación se vio afectada, no tanto por falta de ventas como por falta de garantía de cobro. Afortunadamente, no se ha mantenido la tendencia y en el año 2013 hemos retomado la senda del crecimiento y esperamos cerrar con un crecimiento del 10 por ciento.

¿Podemos arrebatarle a Italia la fama de su calzado?

Mejor que arrebatarse, podemos compartir con Italia la fama de su calzado. Los mercados a atacar son mercados emergentes, donde nos ven parecidos, latinos, europeos, con una profunda tradición en la moda y el diseño. Yo no veo grandes diferencias en el producto, creo que lo podemos hacer igual, mejor o parecido.

¿A quién le gustaría calzar?

Siempre que veo a una persona con un par de zapatos de nuestra colección me siento feliz. Como personalidades destacadas... nos encantaría calzar a Angelina Jolie, a Brad y a sus seis niños, sus niñeras y ayudantes. Sería una súper foto todos bajando del avión tan cómodos, felices y gregarios con sus Gioseppo.

Indicadores

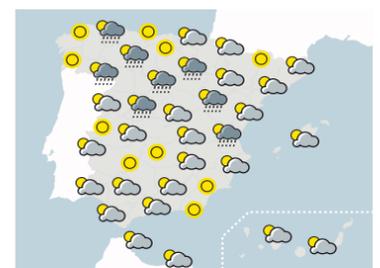
-0,1%	1,5%	-7,0%
Producto Interior Bruto 2º Trim. 2013	Índice de Precios de Consumo Agosto 2013	Ventas minoristas Junio 2013 Tasa anual
26,26%	4%	6.611,1
Paro EPA 2º Trim. 2013	Interés legal del dinero 2013	Déficit Comercial Millones Julio 2013
0,536	1,3520	109,29
Euribor Doce meses	Euro/Dólar Dólares	Petróleo Brent Dólares
-0,4%	-2,4%	1.326,00
Producción industrial Julio 2013 Tasa interanual	Costes Laborales 2º Trimestre 2013	Oro Dólares por onza

El tiempo

Recibe tu billete en el móvil con PassBook/PassWallet

www.renfe.com 902 320 320

España			Europa				
	MIN	MAX	PREV		MIN	MAX	PREV
Madrid	15	30	Sol	Ámsterdam	11	17	Llu
Barcelona	17	24	Des	Atenas	19	29	Des
Valencia	18	28	Sol	Berlín	9	15	Llu
Sevilla	19	35	Des	Bruselas	8	15	Llu
Zaragoza	15	27	Sol	Fráncfort	10	17	Llu
Bilbao	16	22	Nub	Ginebra	10	21	Nub
Tenerife	15	26	Des	Lisboa	19	34	Sol
La Coruña	15	26	Des	Londres	9	18	Nub
Granada	17	26	Des	Moscú	9	12	Llu
Mallorca	16	26	Nub	París	10	19	Nub
Valladolid	11	25	Sol	Varsovia	7	16	Llu
Pamplona	12	22	Llu	Helsinki	12	15	Nub



BUREAU VERITAS elEconomista.es Business School

Le acompañamos en su desarrollo directivo

Descubra nuestros masters

Enfocados a la obtención de resultados en el mundo real

Entre e infórmese de nuestras próximas convocatorias de **Masters, Posgrados, Becas, Áreas formativas y ayudas al estudio y financiación** en las que somos especialistas

bureauveritasformacion.eleconomista.es

Aumente sus posibilidades profesionales



8 437 007 260038